

Estrategia de comunicaciones de la Secretaría de Seguridad y Justicia, como una nueva entidad de la Gobernación de Antioquia

Trabajo de grado para optar por título de Comunicadora - Periodista

Manuela Alejandra Castro Mazo

Asesor
Clara Isabel Vélez Rincón
Mg. en Comunicación Digital

Unilasallista Corporación Universitaria
Facultad de Ciencias Sociales y Educación
Programa Comunicación y Periodismo
Caldas - Antioquia
2022

Contenido

Resumen	6
Palabras clave:	6
Justificación.....	8
Objetivos	9
Objetivo General:	9
Objetivos específicos:	9
Marco Teórico	10
Dirección de Planeación de Seguridad	10
Dirección Operativa de la Seguridad.....	10
Dirección de Seguridad Ciudadana, Convivencia y Acceso a la Justicia	11
Metodología.....	23
Observación participante	24
Grupos focales	24
Entrevista.....	24
Resultados	26
Observación participante	26
Grupos Focales	31
Entrevistas.....	35
Conclusiones	39
Recomendaciones	41
Referencias	42
Apéndices	44

Ilustraciones

Ilustración 1 Organigrama 10

Tablas

Tabla 1 Redes sociales (métricas) Twitter mes de julio	26
Tabla 2 Redes sociales (métricas) Facebook julio	27
Tabla 3 Redes sociales (métricas) Twitter mes de diciembre	29
Tabla 4 Redes sociales (métricas) Facebook diciembre	30
Tabla 5 Entrevistas sobre normas de protocolo Gobernación de Antioquia.....	35
Tabla 6 Eventos que se apoyan desde la Gobernación de Antioquia	37
Tabla 7 Normas de protocolo de la Gobernación de Antioquia	37

Lista de apéndices

Apéndice 1. Análisis comunicaciones de los temas y objetivos de la Secretaría de Seguridad y Justicia.....	48
--	----

Resumen

La Secretaría de Seguridad y Justicia fue en el 2020. Tiene como objetivo liderar, articular, coordinar, planificar e implementar acciones encaminadas a fortalecer la Seguridad, la Convivencia Ciudadana y preservar la Vida como valor supremo, mediante la ejecución de estrategias de la mano de Fuerza Pública que protegen los derechos humanos y buscan la disminución de los índices delictivos en todo el Departamento.

La Secretaría de está conformada por tres direcciones: de Planeación de Seguridad, Operativa de la Seguridad y de Seguridad Ciudadana, Convivencia y Acceso a la Justicia.

Por ser una entidad nueva de la Gobernación de Antioquia busca generar posicionamiento y recordación en la población a través de estrategias de comunicación que permiten visibilizar sus objetivos, campañas y proyectos.

La finalidad de este trabajo es visibilizar la Secretaría, por lo cual es necesario establecer nuevos canales de comunicación como un micrositio, potenciar las redes sociales, Facebook y Twitter y, esquematizar unas normas de protocolo y comunicación institucional. La investigación es de corte cualitativo y carácter descriptivo, para lo cual se usaron tres técnicas de recolección de información: la observación participante, grupos focales y entrevistas, con estas se logró identificar las necesidades comunicacionales de la Secretaría.

Palabras clave: Secretaría de Seguridad y Justicia, comunicación externa, comunicación política, protocolo, públicos externos, stakeholders, canales de comunicación, micrositio, redes sociales, Twitter, Facebook.

Introducción

La Secretaría de Seguridad y Justicia es una de las entidades nuevas de la Gobernación de Antioquia la cual trabaja de la mano con las autoridades departamentales para garantizar la seguridad, acercar el acceso a la justicia y velar por la protección de la vida.

Al ser una entidad nueva, sus funcionarios analizan la necesidad de potenciar su imagen por medio de estrategias y acciones establecidas por el área de comunicaciones.

Cabe resaltar que “la comunicación institucional es una disciplina y un proceso de gestión que integra la actividad comunicativa de la organización (Scott M. Cutlip 2001, 143). Para ello, se busca generar un fortalecimiento de su imagen a través de los canales de comunicación como un micrositio, la identificación de unos contenidos para redes sociales y la creación de unas normas de protocolo que permitirán generar un reconocimiento de su imagen en el territorio antioqueño.

Para su realización se buscó responder a los siguientes abordajes: prevención, promoción, protección, atención, control y disuasión y, llegando a la conclusión que, las comunicaciones de la Secretaría tienen incidencia en la prevención, promoción y disuasión.

Esto se logró por medio de tres métodos de investigación, la observación participante, grupos focales y entrevista, determinando las pautas para el cumplimiento de los objetivos trazados.

Justificación

Al analizar la Secretaría de Seguridad y Justicia, se identificó un desconocimiento de los temas que se debía abordar desde cada dirección y, a partir de ello, lo que se debía comunicar a través de las redes sociales. Es así como se realiza una cruzada técnica con dos funcionarios de cada dirección y el equipo de comunicaciones a través de la cual se estructura un plan de trabajo para el área de comunicaciones a partir de seis abordajes: prevención, promoción, protección, atención, control y disuasión. Esto permite concluir que las comunicaciones de la Secretaría tienen incidencia en la prevención, promoción y disuasión.

En cuanto a las redes sociales, se hace un seguimiento a las métricas y contenidos y se generan estrategias para Twitter y Facebook como canales oficiales de comunicación. En cuanto al micrositio, busca unificar información en materia de delito en el Departamento de Antioquia, con fuentes como: el Sistema de Información Estadístico, Delincuencial, Contravencional y Operativo de la Policía Nacional, el Centro de Investigación de Ejército Nacional y la Unidad Especializada de Investigación de la Fiscalía General de la Nación.

En cuanto a las normas de protocolo, se realiza un trabajo desde la observación y la entrevista que permite esquematizar las normas de protocolo y presencia institucional para las reuniones y consejos realizados desde la Secretaría.

Objetivos

Objetivo General:

Formular estrategias de comunicación dirigidas al público externo, con el propósito de visibilizar la ejecución de proyectos y acciones encaminados al cumplimiento de los indicadores del Plan de Desarrollo.

Objetivos específicos:

Identificar los contenidos en redes sociales y los canales de comunicación apropiados para la Secretaría de Seguridad y Justicia.

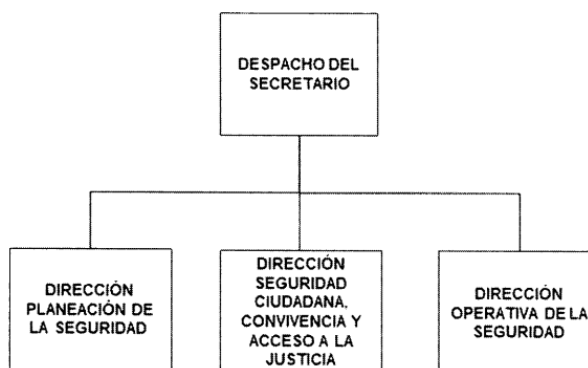
Definir las pautas para la creación de un micrositio de la Secretaría de Seguridad y Justicia, para uso de la comunidad, los funcionarios de la Gobernación, los medios de comunicación y la Fuerza Pública.

Detallar las normas de protocolo y presencia institucional de la Gobernación.

Marco Teórico

La Secretaría de Seguridad y Justicia fue creada a través del Decreto 1083 de 2015 y la Ordenanza 04 de 2020. Tiene como objetivo liderar, articular, coordinar, planificar e implementar acciones encaminadas a fortalecer la seguridad, la convivencia ciudadana y preservar la vida como valor supremo, mediante la ejecución de estrategias de la mano de Fuerza Pública que protegen los derechos humanos y buscan la disminución de los índices delictivos en todo el Departamento.

Ilustración 1 Organigrama



Fuente: Ordenanza 04 de 2020, Asamblea Departamental de Antioquia.

Dirección de Planeación de Seguridad

Tiene como propósito formular y adaptar políticas y proyectos dirigidos a garantizar la seguridad, convivencia y acceso a la justicia, implementando sistemas de información en materia de seguridad, realizando análisis de las dinámicas sociales con el objetivo de monitorear que el Plan Integral de Seguridad y Convivencia Ciudadana se esté cumpliendo, de la mano de otras dependencias competentes.

Dirección Operativa de la Seguridad

Tiene como objetivo coordinar y articular acciones encaminadas a mejorar las condiciones de seguridad, preservar el orden público y mitigar los actos violentos contra

la población civil, liderando espacios e instrumentos de articulación y relacionamiento con la Fuerza Pública, los Organismos de seguridad y justicia y, las entidades territoriales.

Dirección de Seguridad Ciudadana, Convivencia y Acceso a la Justicia

Su compromiso es con el cuidado de la vida, brindando asesoría y acompañamiento en materia de justicia a las entidades territoriales y creando mecanismos alternativos de resolución de conflictos, mediante el fortalecimiento de la oferta institucional en las zonas más alejadas del Departamento.

Al realizar un análisis de la Secretaría se pudieron identificar carencias en cuanto al reconocimiento de esta entidad por parte del público en general. Para mejorar esta percepción se crearon estrategias con el fin de hacer visibles sus acciones y objetivos, a través de canales de comunicación como las redes sociales y un micrositio, además de esquematizar el protocolo utilizado en los eventos, posicionando la imagen corporativa de la actual Administración Departamental. Para la ejecución de este trabajo es importante tener en cuenta los siguientes conceptos:

La comunicación institucional ha jugado un papel fundamental como disciplina de investigación, Scott M. Cutlip (2001) es uno de los académicos que mejor han retratado su evolución e interrelación con el desarrollo de las sociedades.

La Revolución de las Trece Colonias, que dio lugar a la independencia de los Estados Unidos, fue un escenario relevante para el desarrollo del concepto. Entre las prácticas asociadas a la publicidad y la comunicación estuvo la recaudación de fondos, la promoción de causas, los acuerdos comerciales, la venta de tierras y la creación de personajes famosos.

Cutlip (2001, 143), resalta que “el primer esfuerzo sistemático en este Continente fue una campaña para recaudar fondos dirigida por el Harvard College en 1641”.

Situados los colonizadores en Inglaterra, notificaron la necesidad de un folleto informativo, conocido en la actualidad como una herramienta básica en cualquier campaña de comunicación institucional.

Después de la Primera Guerra Mundial, la comunicación se desarrolló rápidamente en sectores industriales, políticos y sociales. La Segunda Guerra Mundial ofreció también nuevas oportunidades y retos, con campañas para fomentar la producción bélica, la moral del Ejército, el apoyo civil a los militares, a través de técnicas y canales de comunicación.

Luego de conocer cómo se ha desarrollado el término en la historia, se introduce el estudio de la teoría general de sistemas, la cual expresa que “las organizaciones se consideran como sistemas que interactúan con otros sistemas de su entorno para mantener una situación de equilibrio. Se piensa que la Comunicación Institucional es la herramienta adecuada para esa interacción”, Míguez (2006).

A partir de ello, teóricos llegan a la conclusión de que la comunicación institucional es creada con base en la organización, es decir, con elementos como la razón social, el capital, sus productos o servicios, sus metas y la relación que busca formar socialmente en sus segmentos o grupos focales.

Lozana hace énfasis en la importancia de estructurar los procesos comunicativos para el logro de los objetivos finales y, es a partir de estos logros donde otras instituciones se basan para para gestionar los propios, especialmente organizaciones de carácter político, militar, religioso, educativo, entre otros (1999, pág. 41).

Para Rodrich (2012 pág. 215) “la comunicación institucional es una disciplina y un proceso de gestión que integra la actividad comunicativa de la organización”. El desarrollo de esta comunicación potenciará las relaciones dentro de las organizaciones, conllevando al conocimiento y comprensión a sus públicos y al servicio que ofrecen. Es por ello, que las entidades tanto públicas como privadas, deben tener claridad sobre la importancia de la relación que establecen con el público para conocer mejor sus dinámicas y poder conectarlas con las acciones que van encaminadas a favorecer o impactar a los mismos.

La Secretaría de Seguridad y Justicia, por ser una entidad gubernamental, enruta sus objetivos a mejorar la calidad de vida de las personas, exigiendo a los entes territoriales y a las autoridades resultados que le permitan cumplir con los indicadores del Plan de Desarrollo y es a partir de ello, que las organizaciones generan estrategias que les permitan llegar a las comunidades del Departamento, lo que hace necesario que conozcan los públicos.

El concepto de públicos se define como el grupo de personas estrechamente relacionadas por sus intereses y afinidades y que, directa o indirectamente se ven involucradas en los procesos, servicio o productos de las empresas.

La definición de Capriotti (1999, pág. 171) resalta la importancia que tiene, al punto de que pueden “afectar el funcionamiento o el logro de los objetivos de la compañía”. Para Gutiérrez y Rodríguez (2014) son, “grupos sociales ajenos a la organización, muy heterogéneos y complejos. Engloba clientes, proveedores, distribuidores, comunidad, sociedad (opinión pública) y medios de comunicación”.

Teniendo en cuenta lo expuesto y la responsabilidad social que tienen las entidades del Estado, la conformidad e inconformidad de los públicos es relevante, por ser los encargados de divulgar la información desde su percepción de los resultados que obtienen de los proyectos y campañas.

Para la Gobernación de Antioquia la comunicación institucional hace parte de la filosofía de su actual Administración y lo citan en el Manual de Identidad, Filosofía e Imagen (2020, pág. 5) “con la imagen del Conglomerado Público Gobernación de Antioquia buscamos impactar positivamente el entorno para generar valor, vida y unidad a la sociedad, al planeta y a los habitantes del territorio antioqueño”.

A su vez, para la Secretaría de Seguridad y Justicia, el término va de la mano con la línea establecida desde las comunicaciones, la cual es Seguridad Humana, así que todos sus mensajes hablan de los pilares: vida, unidad, equidad, sostenibilidad y transparencia, manteniendo un tono simple, donde se resalta la gestión, se cuentan historias y se generan emociones. Además, al trabajar con la Fuerza Pública articulan los mensajes e imágenes, con el fin de que las instituciones proyecten unión y hablen desde un mismo lenguaje.

El conocimiento de los públicos externos es de vital importancia para una organización social, y constituye un principio indispensable para el logro de una efectiva gestión de la comunicación, Trelles (2014, pág. 87).

Otros teóricos argumentan que los públicos están asociados al término stakeholders, definido como el grupo de interés que se construye a partir de las relaciones públicas y el cumplimiento de los objetivos. Dentro de la Secretaría este segmento o grupo de interés en cierta medida sería: Ejército Nacional, Policía Nacional,

Fiscalía General de la Nación, gobernaciones, alcaldías, medios de comunicación, entre otros, por ser como lo define Pizzolante (2004, pág. 1) “sujetos de opinión, más allá de sujetos de consumo”, convirtiéndose en los legitimadores de la imagen corporativa. Para este autor, cualquier compañía debe mostrar transparencia y esto incidirá positiva o negativamente en la opinión pública.

Bourne (2009, pág. 30) define los stakeholders como “individuos o grupos que pueden ser impactados o que pueden influir en el éxito o el fracaso de las actividades o proyectos de una organización”.

Villafañe (2009, pág. 79) resalta su importancia dentro de la gestión de la comunicación y sostiene que se reconoce como stakeholders a todos los integrantes de la organización: proveedores, socios, clientes, empleados, comunidad local y grupos que puedan ayudar o dañar las actividades de la organización.

Conociendo los públicos y las definiciones que se les da, para Trelles (2014, pág.99) el siguiente paso para las empresas es la captación de públicos por medio del uso de acciones a través de la comunicación externa como el organismo que propicia el conjunto de elementos que alimentan a la organización y dan respuesta de la entidad a la sociedad.

Definidos los términos, se puede establecer que la Gobernación y las autoridades son los stakeholders, ya que se ven involucrados directamente en la construcción de objetivos, estrategias y acciones, además son la fuente de información para realizar el análisis de los delitos y posterior a esto, serán los que se verán beneficiados con el uso de los productos publicados en micrositio. El público externo, es aquel que tendrá relación con los productos pues esta información es creada a partir de las condiciones

socio- demográficas del Departamento donde las comunidades, en gran medida, no son responsables de los actos y desconocen este análisis; la interacción de la sociedad civil es netamente informativa y, a partir de su estudio pueden generar opinión.

El criterio de Collado (1991, pág. 32) es que la comunicación externa es el “conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios”.

Teóricos como Bartolí (1992, pág.38) expresan que “la comunicación externa se enfoca en notoriedad”, es una relación unilateral desde la empresa hacia los medios, en donde la organización comunica a la sociedad sus servicios, con el fin de mejorar la imagen de una marca en el intelecto de los clientes.

Además del concepto de comunicación externa, por ser la Secretaría una organización pública se debe tener en cuenta el concepto comunicación aplicado a la política. En el libro Comunicación Política (2015, pág. 23) se plantea que la esfera pública es aquel espacio donde los individuos forman opinión pública, en la obra se hace crítica a las brechas y desigualdad en los territorios, donde no todos los públicos están bien informados y, por ende, no generan criterio y participación en la vida política. Es por esto, que exige que las instituciones se conviertan en medios o actores significativos para la construcción real de la sociedad.

En la obra, también es importante tener en cuenta el concepto de mercado de ideas, ya que, a partir del acceso a fuentes informativas y a la expansión de opiniones sobre la gestión pública, los públicos pueden formarse ideas y conceptos sobre los asuntos más importantes de la vida, política Comunicación Política (2015, pág. 24).

Según Meyrowitz (1985) “con los medios modernos se consigue efectivamente un espacio ensanchado, que supera los estrechos límites de la interacción de unos cuantos, elegidos, propia de la época de la prensa, y que incorpora incluso a los que no saben leer a la construcción de la identidad social y, por tanto, a la participación en la vida política”. Para Meyrowitz, gracias a la difusión de los medios de comunicación se tiene una cultura más democrática y accesible, los límites tradicionales entre esfera pública y esfera privada prácticamente se han volatilizado y el espacio físico se distingue del espacio social.

Un objetivo para la Secretaría es convertirse en un medio o canal de comunicación a través del cual, las personas conozcan más de cerca cómo se encuentra el Departamento de Antioquia en temas relacionados con los delitos como: homicidio, hurto, delitos contra la integridad y el orden público, estos canales proporcionan información, pero los usuarios no tienen la posibilidad de responder o dar su opinión, es decir, se comportan como espectadores.

El autor Díaz Huici, Á. (2019, pág. 19) en su libro Nuevos Canales de Comunicación como Herramientas de Participación Ciudadana define que los nuevos escenarios por los que transita la participación ciudadana, están influenciados por los valores que definen las corrientes de gobierno abierto en la gestión pública, que responde a la creciente demanda hacia las Administraciones Públicas de mayor transparencia y esto ha sido adaptado por los gobiernos locales, poniendo en marcha canales de comunicación como los portales web, a través de los cuales se facilita información, se articula la participación y se abren datos públicos.

Es por ello, que las nuevas tecnologías permiten una forma diferente de relacionarse con la ciudadanía y, además, se convierten en un área transversal a los procesos organizacionales, ya que desempeña un rol notable para el cumplimiento de los objetivos gerenciales y, es a partir de la selección oportuna de canales donde se transmite mejor el mensaje.

En relación con la forma en cómo se quiere transmitir el mensaje de la Secretaría se tiene en cuenta al teórico Collado (1999, pág. 19), quien define los canales de comunicación formal como aquellos que “transmiten mensajes reconocidos, de forma explícita, son mensajes oficiales de la organización difundidos por canales formales donde circulan los datos transmitidos desde los diversos tipos de flujo (descendente, ascendente y horizontal)”.

Muriel y Rota, manifiestan que los medios o canales, de comunicación son el método de difusión que se emplea para enviar el mensaje. Estos pueden dividirse a grandes rasgos: mediatizados y directos. Los canales mediatizados son los que requieren de algún tipo de tecnología para la producción de mensajes y el contacto entre la fuente y el receptor o receptores, no es directo, sino a través de algún vehículo físico externo. Los canales directos dependen de la capacidad y habilidad individual para comunicarse con otros cara a cara. Por ejemplo, hablar, escuchar, indicios no verbales, etc. (1980, pág. 223).

De acuerdo con la misionalidad del fortalecimiento comunicacional, se emplearon canales mediatizados para los públicos externos, uno de ellos es un micrositio, el cual se define teóricamente por Pablo Mercado (2016), especialista en marketing sensorial y emocional, como un espacio que permite hacer énfasis a un producto o una promoción

puntual. Generalmente sirven para que los usuarios aterricen a una web mediante un enlace incluido en sus correos electrónicos, redes sociales o medios impresos.

Para autores como Lorena Stefanetti (2012) los microsítios son “un sitio relativamente pequeño, con un propósito y una función específica. Es altamente personalizado y es utilizado para comercializar un producto o servicio en el que la empresa quiere hacer mayor hincapié. Por lo general están contruidos como parte de una campaña de marketing puntual. El propósito de estos microsítios es lograr una relevancia en la marca o el producto que por lo general no puede lograrse desde la parte “institucional” de la web”.

El propósito del microsítio en la Secretaría es unificar información y mostrar la gestión de la actual administración, por medio de la recopilación de datos arrojados por los grupos de inteligencia e investigación de Ejército Nacional, Policía Nacional y Fiscalía General de la Nación, para que tanto la ciudadanía como el Estado estén actualizados en cuanto al comportamiento de las dinámicas de seguridad, derechos humanos y justicia de Antioquia.

En cuanto a las redes sociales, dentro de la Secretaría son utilizadas como estrategia para llegar a la ciudadanía y compartir a través de ellas campañas, eventos o sucesos. Son de carácter informativo y también buscan generar un espacio de opinión e incitar a la participación de algunos de sus programas desarrollados en los territorios como es las Jornadas UNIDOS Por La Vida.

Las redes sociales son definidas como “lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos”, Celaya (2008). Más allá de una

definición puntual, es un espacio creado virtualmente para facilitar la interacción entre personas.

Para Fernández (2009), experto en cultura digital, las redes sociales son espacios virtuales organizados para desarrollar proyectos, integrar comunidades de otra manera, poner en pie servicios que de otra manera no existirían, tomar decisiones en tiempos complejos y proyectarse hacia el mercado global usando toda la potencia de la virtualidad.

Del Moral (2010), indica que las redes sociales en Internet son sistemas que permiten establecer relaciones con otros usuarios, a los que se puede conocer o no en la realidad y estas se pueden agrupar dependiendo de la forma cómo se estructura la navegabilidad y el comportamiento que se espera de los usuarios.

Para Flores (2009) Facebook como una red generalista, cuya misión es poner en contacto a las personas y hacerlas visibles, donde difunden sus mensajes, opiniones y actividades. Sus miembros se adhieren a actividades o a grupos de interés, pero raramente se establecen debates. Probablemente, la inmensidad de esta y la dificultad de aislar los grupos de modo que sus miembros puedan debatir privadamente, hace de esta red un escaparate personal y de ideas más que un lugar de debate de opiniones. En cambio, las redes creadas alrededor de comunidades de práctica, debate y opinión como Twitter, tienen una dinámica más cohesionada y probablemente permiten que sus miembros perciban mejor la generación y distribución de conocimiento que se genera en la red. Esto no significa que las redes como Facebook no aporten conocimiento, muy por el contrario, existe gran cantidad de información útil y de conocimiento que surge dentro de la interacción entre los miembros.

Se puede indicar que las redes sociales como Facebook se parecen más a las redes informales a las que la mayoría de los públicos pertenecen y que son esenciales para la presencia e identificación social, pero esto no significa que su contenido no genere opinión e informe, igual que las comunidades donde se genera debate, pero todas pueden convertirse en espacios donde se unifican esfuerzos e ideas para un fin común.

Para otros autores como Díaz Huici (2019) expresan que Facebook es una red social que ofrece la posibilidad de disponer de una página corporativa que puede ser utilizada por las Administraciones públicas para difundir información sobre su actividad.

En cuanto a Twitter es la red social que más destaca para la difusión de información, por su rapidez y capacidad viral. Las Administraciones públicas usan por lo general este canal ese objetivo, pero también se está destacando como una herramienta muy útil para la atención de la ciudadanía y la gestión de emergencia". (2019, Pág. 80-81).

A partir de esta diferenciación y aclaración conceptual del funcionamiento de Facebook Y Twitter, desde la Administración Departamental fueron elegidas canales oficiales de interacción y distribución de información.

Otros de los conceptos definidos en este trabajo es el protocolo, ya que en la Secretaría se trabaja en articulación con las autoridades departamentales y este, se debe aplicar en todos los eventos y reuniones.

Cabe resaltar que para la Gobernación de Antioquia el protocolo es el conjunto de reglas o normas que rigen los actos y ceremonias oficiales y, tiene gran incidencia en la forma como se proyecta la imagen corporativa a las comunidades.

Para Otero (2013) “el protocolo constituye la ordenación espaciotemporal del ámbito de presencia pública en el que se desenvuelve el poder legítima o ilegítimamente establecido en forma de Estado o entidades paraestatales. Se trata de normas escritas y de sus y costumbres tradicionales que configuran los aspectos relacionados con la triple resultante espacio – tiempo – personas en el ceremonial de determinados actos: los oficiales”.

Fuente (2018) entiende el protocolo como “el conjunto de normas dictadas desde las instituciones públicas (leyes, reales decretos, reglamentos y manuales dictados desde instituciones reconocidas) y costumbres y tradiciones inveteradas que, debido a su dilatada existencia, han pasado a tener la consideración de norma o rango de ley, y cuyo ámbito de aplicación se circunscribe exclusivamente al total de las instituciones públicas de un país”.

Metodología

Este trabajo parte de un enfoque cualitativo y el diseño de la investigación es de carácter descriptivo, ya que se realizó un análisis de caso, sobre la importancia de fortalecer las comunicaciones en la Secretaría, a través del uso de canales de comunicación como es un micrositio y redes sociales como Facebook e Twitter y, la esquematización de unas normas protocolarias que acompañarán los eventos y buscarán posicionar la imagen institucional de la actual administración.

El enfoque cualitativo “utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (Hernández Sampieri, 2014, 7).

El diseño de investigación descriptivo “consiste en la recopilación de datos que describen los acontecimientos y luego organiza, tabula, representa y describe la recopilación de datos” (Glass & Hopkins, 1984). La investigación utiliza a la descripción como una herramienta para organizar los datos en patrones que surgen durante el análisis. Esos patrones ayudan a la mente en la comprensión del estudio cualitativo y sus implicaciones. (Abreu, 2012).

Es importante destacar que la recolección de información para la creación del micrositio fue posible a través de un trabajo articulado con los funcionarios del Centro de Analítica de Seguridad, Convivencia y Derechos Humanos - (CASCDH) – al ser quienes suministraban los tableros e insumos en materia de seguridad, justicia y derechos humanos.

Las técnicas para la recolección de la información son:

Observación participante

Para iniciar con el proceso de investigación y recolección de información se decidió utilizar la observación participante como técnica debido a que “ha sido utilizada en varias disciplinas como instrumento en la investigación cualitativa para recoger datos sobre la gente, los procesos y las culturas” (Kawulich, 2005, 20).

Para apoyar la observación, se tuvieron en cuenta las métricas arrojadas por las redes sociales Twitter y Facebook.

Grupos focales

La técnica de grupos focales se define como un espacio de opinión para captar el sentir, pensar y vivir de los individuos, provocando auto explicaciones para obtener datos cualitativos. Kitzinger (1995) lo define como una forma de entrevista grupal que utiliza la comunicación entre investigador y participantes, con el propósito de obtener información.

En la Secretaría se realizó una cruzada técnica con un líder por cada Dirección, con el propósito de esclarecer el quehacer de cada una y, posterior a varias reuniones, el Equipo de Comunicaciones invitó a los líderes de comunicación de las autoridades, con el fin de crear un enlace o canal de comunicación para unificar y difundir información.

Entrevista

La entrevista ocupa un lugar muy destacado dentro de las técnicas aplicadas de recogida de datos, ya que es una de las más utilizadas en las investigaciones, después de la técnica de la encuesta, técnica cuantitativa, la entrevista se diferencia de la encuesta en que es una técnica cualitativa. (Peláez, 2007).

Para definir las normas de protocolo se eligió la entrevista para estructurar las reglas a partir de la experiencia y conocimiento en el tema de quienes realizan el montaje de los eventos en la Gobernación y la Secretaría.

Se entrevistaron dos personas importantes en el proceso de esquematización, para conocer los lineamientos por los que se regían, ya que de ambas partes se percibió el uso de la misma estructura en cuanto a la forma en cómo se realizan las ceremonias.

Resultados

Observación participante

La observación se realizó en dos momentos: la primera parte del proceso es cuando se incorporó al equipo la comunicadora – periodista, entre el 16 de julio al 16 de agosto se hizo el primer análisis, con el fin de que, desde el manejo de las redes sociales, identificara deficiencias comunicacionales y a partir de ello, pudiera formular estrategias y acciones encaminadas a su fortalecimiento.

Además, para el análisis se tuvieron en cuenta las métricas arrojadas por Twitter y Facebook. Cabe anotar que la cuenta de Facebook estuvo inactiva hasta el 25 de agosto del 2021 y es a partir de la fecha que se hacen las respectivas métricas.

Tabla 1 Redes sociales (métricas) Twitter mes de julio

Mes	Red Social	Cómo (texto, video, foto)	Tweets	Impresión de Tweets	Visitas al perfil	Menciones	Nuevos seguidores	Interacción con otras entidades y/o personas
Julio	Twitter	Fotos y texto 38 Videos y texto 5	43	103.000	7.295	90	42	Gobernación de Antioquia Anibal Gaviria Correa Secretaría (Gobierno, Paz y Noviolencia) Fiscalía General de la Nación Policía Antioquia Policía Colombia Policía Medellín Policía Región 6 Secretarios (Luis Fernando Suárez Vélez, Jorge Ignacio Castaño) Ejército – Séptima División Ejército – Cuarta Brigada Ministerio de Defensa Ministerio de Justicia Alcaldía de Andes ICBF Naciones Unidas Alcaldía de Medellín Personería de Medellín Defensoría del Pueblo

								Alcaldía de Andes Alcaldía de Tarazá Alcaldía de Yolombó Alcaldía de Amalfi Alcaldía de Betania Registraduría Nacional
--	--	--	--	--	--	--	--	--

Tabla 2 Redes sociales (métricas) Facebook julio

Mes	# de publicaciones	Alcance de las publicaciones	Visitas a la página	Me gustas	Nuevos seguidores	Interacción con otras entidades	Reproducción de videos
Julio	No se contaba con la red social, ya que desconocían la contraseña.	Última fecha de publicación 12 de febrero de 2021.					

Se puede analizar que, a pesar de no tener equipo de comunicaciones, la página cuenta con un buen número de publicaciones e interacciones.

Se estableció como estrategia crear una parrilla semanal, donde se pudiera llevar un mejor control y seguimiento al tipo de publicaciones y a los mensajes, para así, llevar un orden y poder observar los temas se les debía dar mayor fuerza, también se empleó etiquetar a las entidades y/o figuras públicas que participaban de los eventos y a la cuenta de la Gobernación para tener un mayor número de impresiones.

La cuenta de Facebook, al cambiar de Líder de Comunicaciones a principio de año, no contaba con contraseña y estuvo inhabilitada por 6 meses, aun así, se hizo un análisis de las publicaciones anteriores.

Se encontró que los primeros meses del año, después de la modernización del organigrama de la Gobernación de Antioquia, los funcionarios y ,en este caso el líder de comunicaciones, no tenían claridad de cuál era el eje temático de los contenidos de la Secretaría de Seguridad y Justicia, ya que la cuenta fue creada y funcionaba para la Secretaría de Gobierno, es decir, se separó Seguridad y Justicia y, Gobierno, Paz y Noviolencia, y desde las comunicaciones no se hacía la diferenciación entre los temas.

A raíz de esto, el actual equipo de comunicaciones le pidió a cada dirección sus proyectos, campañas y objetivos y, en los funcionarios también se pudo percibir confusión frente a la misionalidad de las Direcciones, lo que directamente afectaba los Indicadores del Plan de Desarrollo y al percibir la problemática desde el Despacho del Secretario se implementó una cruzada técnica, que consistió en reuniones con uno o dos líderes de cada Dirección una vez por semana, convirtiéndose en grupos focales. A las mesas técnicas también se llevaron las métricas con el fin de ver que tanta incidencia tenían los temas que hasta ahora se informaban.

Definidos los temas por dirección se establecieron los que se iban a comunicar, a través de imagen, infografías o videos, siempre acompañados por mensaje que refleja reflejara la misionalidad de la Secretaría, la cual es velar por la seguridad y la protección de la vida.

Se hizo una división de eje temático y se definió que cuando se habla de jornadas, acompañamiento a comunidades o grupos vulnerables, se agrega la etiqueta

#UNIDOPorLaVida; cuando se abordan temas de seguridad, se utilizab#UNIDOPorLaSeguridad, #AntioquiaUnTerritorioSeguro; y cuando se trabaja con varias secretarías se utiliza #UNIDOSSomosMás o #LaAlegríaDeServir; También se contó con estrategias como #FincaMásSegura y #SuroesteMásSeguro.

La Secretaría tiene además un componente y es el apoyo a eventos y jornadas con las autoridades departamentales. Para abordar en conjunto los temas, invitó a una reunión con los líderes y se acordó la creación de un grupo de WhatsApp con el fin de hablar el mismo lenguaje y compartir las mismas imágenes o videos.

También se creó un grupo de WhatsApp con los funcionarios de la Secretaría donde se compartían diariamente las publicaciones para que los mismos, conocieran la gestión y compartieran las publicaciones para así, incrementar las métricas e interacciones de las diferentes redes sociales.

A raíz de estas estrategias, se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 3 Redes sociales (métricas) Twitter mes de diciembre

Mes	Red Social	Cómo (texto, video, foto)	Tweets	Impresión de Tweets	Visitas al perfil	Menciones	Nuevos seguidores	Interacción con otras entidades
Diciembre	Twitter	Fotos y texto 42 Videos y texto 8	50	86.700	11.700	76	64	Gobernación de Antioquia Aníbal Gaviria Correa Secretaría (Salud, Inclusión Social, Mujeres, Participación Ciudadana, Gerencia de Infancia y Adolescencia, Ambiente, Gobierno, Paz y Noviolencia, Infraestructura, Gerencia de Servicios

								Públicos de Antioquia) Fiscalía General de la Nación Policía Antioquia Policía Nacional Policía Metropolitana Policía Región 6 Secretarios (Luis Fernando Suárez Vélez, Jorge Ignacio Castaño Giraldo, Natalia Montoya Palacio, Lina Bustamante) Policía Urabá Ejército – Séptima División Ejército – Cuarta Brigada SENA Antioquia Ministerio de Defensa Ministerio de Justicia
--	--	--	--	--	--	--	--	--

Tabla 4 Redes sociales (métricas) Facebook diciembre

Mes	# de publicaciones	Alcance de las publicaciones	Visitas a la página	Me gustas	Nuevos seguidores	Interacción con otras entidades	Reproducción de videos
Diciembre	39 31 imágenes con texto 8 videos con texto	1.566	67	34	33	Gobernación de Antioquia. Policía Nacional Ejército Nacional	300

De agosto a diciembre hubo una mayor interacción con otras secretarías y se puede percibir un aumento en las métricas en relación con el mes de julio, ya que

aumentó el número de impresiones, vistas, menciones y seguidores, aunque el número de publicaciones fue similar, en julio fueron 43 y diciembre 50; cabe resaltar que los temas que se abordaron de octubre a diciembre tuvieron una mayor incidencia y que la estrategias de implementar una parrilla de publicaciones no se cumplió por la inmediatez de los temas y la cantidad de trabajo con relación a la cantidad de empleados del Área.

En el último trimestre del año aumentaron los homicidios colectivos y la inseguridad pública, lo que generó que la población centrara su atención en la en los hechos delictivos, trayendo como resultado una curva de ascendencia en las estadísticas de las redes sociales. En diciembre se realizaron eventos de cierre como: rendición de cuentas y fortalecimiento de capacidades para la seguridad y la justicia; dos acontecimientos que muestran gestión y llaman la atención de los medios de comunicación.

Grupos Focales

En la Secretaría muchos de los equipos no tenían claridad del enfoque de los temas que se abordaban y, aun así, realizaban acompañamiento e intervenciones. A raíz de su desconocimiento y de que no se estaban cumpliendo los indicadores del plan de desarrollo, se creó una cruzada técnica con dos líderes por cada dirección, con el objetivo de esclarecer las funciones de cada una y generar estrategias para su cumplimiento.

Luego de tener definidos los temas por Dirección, se procedió a establecer unas acciones que permitieran su cumplimiento. Para definir las estrategias de comunicación de los temas, se tuvieron en cuenta los siguientes criterios: prevención, promoción, protección, atención, control y disuasión, con el fin de conocer y definir el alcance del

Área de Comunicaciones y estos fueron los resultados obtenidos se pueden apreciar en el apéndice 1.

Se puede apreciar, que las comunicaciones no tienen incidencia en los ítems protección, atención y control, ya que estos son responsabilidad de las autoridades departamentales y los organismos de seguridad; la Gobernación es un ente regulador o mediador que apoya los procesos y, en cierta medida, exige resultados, con el objetivo de mostrar una buena gestión y esa aclaración, debe estar presente en el discurso, con el fin de que las comunidades puedan hacer esa diferenciación; El ítem en el que la Secretaría más puede incidir comunicacionalmente es la promoción, ya que apoya y hacer un ejercicio de prevención a través de las campañas o proyectos hechos con la fuerza pública, pero no es la encargada de mostrar resultados. En cuanto a la disuasión, esta puede ser muy subjetiva, pues depende también del éxito de la gestión de los organismos de seguridad.

La mayoría de los productos de la Secretaría tiene como propósito informar. Aunque también, en algunos casos, se puede dar lugar a campañas educomunicativas invitando a los ciudadanos a la acción, como por ejemplo la denuncia y, generando en ellos la conciencia y responsabilidad de contribuir a la seguridad, el respeto de los derechos y la protección de la vida en Antioquia.

Los contenidos informativos irán acompañados de infografías que le permitirán a la comunidad comprender un poco más temas como los delitos de alto impacto y el comportamiento del homicidio, convirtiendo la información en gráficos llamativos y accesibles.

A través del análisis se pudo identificar cómo desde la Secretaría se apoyan las problemáticas que aborda la fuerza pública, haciendo campañas conjuntas, en las que las personas puedan identificar un trabajo articulado, pero, bajo la responsabilidad de las autoridades.

Por medio de la esquematización de la observación y separación de los temas, se pudieron consolidar las pautas para la creación del micrositio, visto como una herramienta informativa donde los funcionarios de la Gobernación, la fuerza pública y los organismos de seguridad y justicia, podrán acceder a unos tableros de control que tienen el propósito de realizar seguimiento a los indicadores sobre la situación de seguridad, convivencia y derechos humanos en el Departamento de Antioquia, para fortalecer el proceso de toma de decisiones informada y de manera oportuna.

La necesidad de crear este canal parte de que, en las reuniones y consejos de seguridad Gobernación, Ejército, Policía y Fiscalía tienen información distinta respecto al mismo tema. Este espacio tiene como objetivo unificar la información.

Para esto, derivado de los grupos focales, se creó una mesa de trabajo con el equipo de Análisis Cuantitativo del Centro de Analítica de Seguridad, Convivencia y Derechos Humanos y estas fueron las pautas establecidas:

El micrositio funcionará bajo cinco criterios:

La página principal contará con mapa de navegación (Somos, Centro de Analítica, Noticias y Galería), el objetivo de la Secretaría, las redes sociales y las noticias.

En la segunda página que corresponde a “Somos”, estará publicado el objetivo más detallado de la Secretaría en compañía del organigrama y la descripción de cada dirección y el perfil de cada director.

En la tercera página que corresponde al Centro de Analítica, se describirá qué es el Centro de Analítica de Seguridad, Convivencia y Derechos Humanos, cómo funciona y cuáles son sus hitos, esta contará con dos botones que direccionan a otras páginas; el primer botón a los tableros de control y el segundo al visor geográfico. Dentro de los tableros de control, se puede apreciar la descripción de para qué se creó esta herramienta acompañada de dos botones, el primero llamado tableros de uso interno y el segundo, tableros de uso público. En los tableros de uso interno se encuentran los tableros de alto impacto divididos en año a la fecha y año consolidado, pero antes de desplegar los listados, se hace un glosario explicando los términos que se abordarán. Se despliegan los listados años a la fecha y año consolidado, que lleva a cada uno de los tableros de homicidio, hurtos, delitos contra la integridad, delitos contra el orden público, estos mismos criterios se establecen para la página y subpáginas de los tableros de uso público. En el visor geográfico se describe qué es y, en el mismo espacio está la herramienta.

En la página “noticias” se publicarán los boletines de prensa con los temas abordados desde la Secretaría.

En la quinta página, titulada “galería”, habrá un mosaico con las fotos de los eventos, campañas y jornada desde la misma.

Los contenidos fueron pensados de esta forma con el fin de visibilizar aún más la Secretaría y su gestión a través de una herramienta o canal llamativo, accesible y práctico.

Los tableros de control fueron creados por los funcionarios del Centro de Analítica y, los permisos para su publicación fueron otorgados por el Sistema de Información

Estadístico, Delincuencial, Contravencional y Operativo de la Policía Nacional, el Centro de Investigación de Ejército Nacional y la Unidad Especializada de Investigación de la Fiscalía General de la Nación. Además, se hizo un estudio previo en el que se estableció qué información era de uso interno y de uso público; los tableros de uso interno cuentan con un usuario y contraseña para mayor seguridad; la comunicadora tuvo incidencia en la creación de los contenidos y la diagramación del micrositio en general.

Entrevistas

Se realizaron dos entrevistas semiestructuradas y con estas se quiso identificar la importancia del protocolo en los eventos y reuniones realizadas desde la Secretaría de Seguridad y Justicia y, cómo este se articula o tiene en cuenta la jerarquía de las autoridades de orden nacional.

Se entrevistó a Martha Cecilia Estrada Naranjo, directora de Relaciones Públicas y Protocolo del Despacho del Gobernador, y a Mateo Rincón Morales, líder de Comunicaciones y asesor de la Secretaría de Seguridad y Justicia, como responsables de realizar los montajes. Las preguntas se definieron teniendo en cuenta su percepción del protocolo y las normas que se tienen en cuenta en la actual Administración Departamental.

Tabla 5 Entrevistas sobre normas de protocolo Gobernación de Antioquia

Preguntas	Respuestas
¿Qué es importante en el protocolo?	<p>Martha Estrada: El protocolo es una guía para el correcto desarrollo de actividades. En la Gobernación de Antioquia es importante porque permite determinar el nivel de jerarquía de las personas presentes en el evento o reunión, con el fin de dar un orden o esquema para el correcto desarrollo de la temática abordada o la celebración que se está realizando.</p> <p>Mateo Morales: Las normas de protocolo son indispensables y más cuando se trabaja con la Fuerza Pública, ya que se cuentan con un orden de precedencia preestablecido,</p>

	<p>cuyo propósito es mostrar respeto por el rango u ocupación, además de darle una línea temática a las reuniones o eventos, con el fin de que cada una de las organizaciones presentes tengan la oportunidad de intervenir y conozco cuál es el momento idóneo.</p>
<p>¿Qué se debe tener en cuenta en las normas de protocolo de la Gobernación?</p>	<p>Martha Estrada: Se debe tener en cuenta la jerarquía de las diferentes Fuerzas, una bitácora que establece un orden, contar con elementos de presencia institucional, como escudos, banderas y pendones.</p> <p>Mateo Morales: La jerarquía de las autoridades juega un papel fundamental y con antelación, de acuerdo con la temática que se vaya a abordar en el evento o reunión se establece un orden mediado entre la jerarquía y el objetivo del evento, para así llevar un correcto desarrollo de la temática.</p>
<p>¿Qué normas de protocolo se cumplen en los eventos de la Gobernación?</p>	<p>Martha Estrada: En las reuniones, eventos y consejos se tienen en cuenta las siguientes normas de protocolo: Objetivo claro y conciso. Definido fecha, hora, lugar y terminación. Invitación con anticipación. Preparar con anticipación el apoyo logístico. Al inicio de la reunión, presentar el orden del día. Establecer moderadores o líderes. Establecer las reglas o normas para tener en cuenta para la reunión. Iniciar y terminar la reunión puntualmente. Motivar la participación y la retroalimentación de los temas, además de los compromisos establecidos dentro de la misma. Llevar un control del tiempo.</p> <p>Mateo Morales: En mi concepto como normas de protocolo en cualquier reunión, se debe establecer un orden de la reunión, ser puntual, tener el objetivo del evento claro y, permitir que se dé la oportunidad al debate, teniendo en cuenta la jerarquía. Además, tener en cuenta elementos de presencia institucional como banderas, pendones, entre otros.</p>
<p>¿Qué normas de protocolo no se cumplen dentro de la Gobernación?</p>	<p>Martha Estrada: En la mayoría de los eventos, la norma que menos se cumple es el respeto del tiempo, ya que por lo general los eventos y reuniones se extienden.</p> <p>Mateo Morales: Las normas que menos se cumplen en la Gobernación son la invitación anticipada y el respeto del tiempo, ya que la mayor parte de los consejos o reuniones se organizan de manera extraordinaria por un hecho delictivo que se haya presentado en alguno de los municipios y, de acuerdo con la gravedad puede extenderse aún más del tiempo estimado.</p>

Las preguntas fueron las mismas para los dos entrevistados. Se puede evidenciar que en todas las reuniones se tiene en cuenta la jerarquía o rangos de la fuerza pública y los organismos de seguridad por un tema de respeto; también se establece un objetivo

y presidencia del evento con el fin de que haya un orden. Mencionaron que antes de los eventos realizan una bitácora que describe el paso a paso, quien saluda y hace intervenciones, además de contar con elementos como la fecha, el lugar y hora y, la culminación del evento.

Mencionan que hacen un enlace con su operador logístico para contar con elementos básicos como: mesa principal, sillas, manteles, flores, entre otros. Enfatizan en la importancia de contar con banderas y pendones como elementos de presencia institucional.

Para los dos, la única norma de protocolo que no se cumple es la hora de culminación, ya que esto depende de la gravedad e importancia del tema abordado.

Tabla 6 Eventos que se apoyan desde la Gobernación de Antioquia

Entidades con las que se realizan los eventos	Eventos	Eventos transversales con la Gobernación de Antioquia
Ejército Nacional	20 de Julio Día del Ejército Nacional	Rendición de cuentas
Policía Nacional	Día de la Policía Día del Veterano	Balance de seguridad y comportamiento del homicidio
Fiscalía General de la Nación	Firma de memorandos de entendimiento o convenios interadministrativos	Consejo de Seguridad Departamental
Fuerza Aérea Colombiana	Celebración de Aniversario CACOM5	Reunión Focalizada de Seguridad

Por medio de esta tabla se esquematizaron los eventos que se apoyan desde la Secretaría y los que se realizan de forma conjunta, con el propósito de detallar esas normas que se deben tener en cuenta a la hora de realizar una Rendición de Cuentas, un Balance de seguridad y comportamiento del homicidio, un Consejo de Seguridad Departamental o una Reunión Focalizada de Seguridad. Las normas para tener en cuenta son:

Tabla 7 Normas de protocolo de la Gobernación de Antioquia

Planeación del evento	<p>Concepto: Definir si es formal o no formal. Si es un evento formal se debe seguir los siguientes criterios:</p> <p>Anfitrión: persona que invita y preside el evento.</p> <p>Motivación de la fecha: si es una conmemoración especial.</p> <p>Objetivo: qué queremos lograr con la realización del evento y mensaje que se quiere transmitir.</p>
Etapas de preparación	<p>Fecha: planear con anticipación, por lo menos de un día.</p> <p>Hora: la más acorde para que asistan todos los invitados.</p> <p>Lugar: Según el tipo de evento y la cantidad de personas.</p> <p>Bitácora: contenido del paso a paso a desarrollar durante un evento.</p> <p>Invitación: es el formalismo para que una persona participe durante el programa o agenda del evento.</p>
Ambientación logística	<p>Mesa principal: lugar en el que se ubican las personas o directivos de mayor jerarquía o quienes presiden el evento.</p> <p>Mantel: se utiliza para la mesa principal, se recomienda que sea blanco y verde.</p> <p>Sillas</p> <p>Sonido</p> <p>Pantalla para proyectar</p> <p>Avanzadas: en cada evento para garantizar la seguridad del evento, se coordina un grupo de personas, en este caso el esquema de seguridad del Gobernador con el fin de que se desplace previamente al lugar del evento con el fin de verificar y prever los requerimientos necesarios para la realización de este.</p>
Organización de los actos	<p>Orden del Día</p> <p>Bienvenida</p> <p>Palabras del Secretario o Gobernador.</p> <p>Desarrollo del evento o reunión.</p> <p>Mesa Imperial (rectangular): Es la más usada en eventos empresariales. Resalta la precedencia de quien o quienes son los más importantes.</p> <p>Habladores: deben contar con el cargo y nombre.</p> <p>La ubicación es: en el centro el anfitrión del evento, a la derecha el invitado más importante, a la izquierda quien le sigue y así sucesivamente.</p> <p>Ubicación de las banderas en eventos</p> <p>Preside la bandera de Colombia, a mano derecha la de Antioquia y a mano izquierda la del invitado especial y así sucesivamente.</p> <p>Pendones: se deben ubicar a los costados de la tarima; mirando hacia la tarima a lado derecho el de Gobernación y, a lado izquierdo el de la actual administración.</p> <p>Himnos</p> <p>Colombia</p> <p>Antioquia</p>
Precedencia y protocolo institucional	<p>Cuando el anfitrión sea la Gobernación de Antioquia, el secretario o Gobernador va en el centro, a la derecha va el Ejército, a la izquierda Policía y quien le sigue Fuerza Aérea Colombiana y Fiscalía General de la Nación.</p>

Conclusiones

Se puede evidenciar que los temas de la Secretaría que tienen mayor incidencia en la ciudadanía son las masacres o delitos contra la seguridad pública, ya que las métricas de las redes sociales reflejan que fueron las publicaciones más compartidas y vistas y, en ese lapso, fue cuando más Facebook e Instagram crecieron en seguidores.

La cruzada técnica permitió tener un panorama más amplio frente a los indicadores que se debían cumplir. También se definieron las estrategias de comunicación, a través de un ejercicio en articulación con la fuerza pública en el que se abordan las temáticas desde la prevención, promoción y disuasión y, determinando como elemento clave encaminar las comunicaciones hacia un ejercicio pedagógico, donde se busca informar y a la vez, generar un proceso educativo en las comunidades.

El micrositio es una herramienta que será indispensable tanto para uso interno como externo y, además, le permitirá a la ciudadanía crear opinión pública desde el acceso a información sensible que, no encontrará en otro espacio y podrá responder a incógnitas de carácter periodístico, investigativo y/o analítico. También le facilitará a la Gobernación y a los entes territoriales la generación de estrategias y acciones encaminadas a mejorar estos índices delictivos.

En cuando al protocolo, para la actual administración la forma en cómo se proyecta la imagen institucional es lo más importante y no se detienen en las repercusiones que puede traer en un evento o reunión la mala aplicación de la jerarquía, ya que al ser sus invitados las autoridades, se debe hacer una observación previa de cómo están esquematizadas sus ceremonias.

Aun así, expresan la importancia de tener en cuenta la precedencia y enfatizan sobre la importancia de contar con elementos de presencia institucional.

En el protocolo todo comunica, genera posicionamiento y favorece o perjudica el relacionamiento con las entidades u organizaciones y, a la hora de detallar las normas se tuvieron en cuenta reglas establecidas por la Gobernación y otras que, desde la observación participante en los eventos realizados por los equipos de protocolo de las autoridades se pudieron identificar, ya que dentro de la experiencia de práctica profesional en muchas ocasiones se hizo el montaje de los consejos y reuniones.

La comunicación es transversal a todas las actividades que se realizan dentro de la Secretaría y, gracias a las cruzadas técnicas y a la disposición de los funcionarios, se pudieron dar pautas que ayudarán a fortalecer, visibilizar y posicionar los compromisos, objetivos y acciones de la Secretaría de Seguridad y Justicia de Antioquia.

Recomendaciones

Para que la Secretaría dé mejores resultados en materia de comunicaciones es necesario que se fortalezca el equipo, ya que es un área que maneja temas sensibles y que requieren de formación periódica y actualizada de lo que sucede en el departamento, es por esto por lo que no debe seguir funcionando con un líder y dos practicantes.

El micrositio es un canal que debe permanecer en el tiempo ya que puede proyectarse como un banco de información, el cual permitirá tanto a la comunidad como a las futuras administraciones, llevar un registro más detallado del comportamiento de la seguridad y la justicia a lo largo de los años.

Es importante establecer un esquema o manual de protocolo por el que todas las secretarías se orienten para realizar los eventos, proyectos, campañas y reuniones de la Gobernación de Antioquia y así, conjuntamente posicionar la imagen y generar mayor recordación en los territorios.

Referencias

Abreu, J. (2012). Hipótesis, método & diseño de investigación (hypothesis, method & research design). *Daena: International Journal of Good Conscience*, 7(2), 187-197.

Bourne L. (2013). Gestión de stakeholders. Gestión de grupos de interés. (Ed.1) Bogotá D.C: Ediciones EAN.

Díaz Huici, Á. (2019). Nuevos canales de comunicación como herramientas de participación e implicación ciudadana. Ediciones Trea.

Fuente Lafuente, C (2018). Protocolo para actos oficiales. ed. Barcelona: Editorial UOC, 181 p.

Flores J (2009). Nuevos Modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar*, 17 (33), 73-81.

Hamui A. Valera M. (2012) La técnica de grupos focales. Facultad de Medicina. Universidad Autónoma de México.

Hernández, N. (2020). Manual de identidad, filosofía e imagen. Gobernación de Antioquia.

Hütt A. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. Revista Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Costa Rica.

Leda P. (2021). Diseño de estrategia de comunicación con públicos internos y externos de la Unidad Educativa Particular "San Luis Rey de Francia". Universidad Católica De Santiago De Guayaquil.

Mazzoleni, G. (2015). La comunicación política. Difusora Larousse - Alianza Editorial.

Otero Alvarado, M. T. Protocolo y organización de eventos. ed. Barcelona: Editorial UOC, 2013. 223 p.

Parrales K. (2018). Imagen corporativa en los públicos externos del centro médico San Martín de Porras durante el periodo de 2018. Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí.

Portillo R. Rixio G (2012). La comunicación externa en universidades privadas con estudios a distancia de pregrado. Universidad de los Hemisferio.

Quintero L. (2017) Desarrollo de juegos y aplicativos webs para la activación de marca. Facultad de Ingeniería. Universidad de Antioquia.

Stefanetti, L. (2012). Usar Micrositios como parte de su estrategia de marketing en Internet. Para Conceptia Internet Marketing.

Apéndices

Apéndice 1 Análisis comunicaciones de los temas y objetivos de la

Secretaría de Seguridad y Justicia

Abordajes/Ámbitos	Prevención	Promoción	Protección	Atención	Control	Disuasión
<i>Seguridad Pública</i>	Comunicar logros operacionales. Invitación a la Practica de la legalidad. Apoyo a eventos, puestos de control y campañas de la mano con las Autoridades Departamentales. Análisis y control de los delitos de alto impacto.	Contar a través de imágenes, audios y testimonio las capturas y los escenarios donde se pudo prevenir el delito a través de la denuncia y el compromiso de las Autoridades. Campañas como Yo No Pago, Yo Denuncio, donde se resalta el acompañamiento de las Autoridades y la invitación a la denuncia por medio de canales oficiales. Resaltar el compromiso de la Gobernación de Antioquia por realizar un trabajo articulado con la Fuerza Pública, por medio del acompañamiento a eventos como el 20 de julio, el día aniversario de la Policía, el día del veterano, entre otras. Realizar infografías con base al	De este ítem está encargada la Fuerza Pública y los Organismos de Seguridad	Entidad u organizaciones del Estado y del sector privado	Autoridades Departamentales	Lograr un menor índice de delitos y un mayor número de denuncias. Disminución porcentual de la inseguridad. Percibir un mayor reconocimiento de la labor de las Autoridades por parte de la población antioqueña. Fomentar en la comunidad una cultura que genera opinión, a través del análisis de los resultados, con el fin de que pueda construir su propio criterio y percepción de la actual administración.

		análisis de datos recolectados por el Centro de Analítica, Seguridad, Convivencia y Derechos Humanos.				
<i>Seguridad Ciudadana</i>	<p>Informar sobre las recompensas y cartel de los más buscados. Resaltar e invitar a participar de jornadas de fortalecimiento institucional – UNIDOS Por La Vida</p>	<p>Entrega de volantes en peajes, puestos de control y establecimientos de comercio, además se comunicarán las recompensas a través de redes sociales de la Secretaría, Policía, Ejército, GAULA Militar y GAULA Policía. Se realizará una E-Card con la oferta institucional con la que contará, la cual se compartirá en las redes sociales del Municipio donde se realizará la jornada UNIDOS Por La Vida y también, a través de las redes sociales de la Secretaría y la Gobernación. Se compartirán fotos de las actividades y se realizarán piezas sobre los resultados de la intervención: número de</p>				<p>Contar con información de la comunidad sobre el paradero de los delincuentes. Lograr un posicionamiento de las Jornadas UNIDOS Por La Vida, a través de un mayor reconocimiento y participación de la población.</p>

		personas que acudieron.				
<i>Convivencia</i>	Seguimiento a la capacidad instalada en los territorios. Campaña promoviendo la sana convivencia	Se visitarán los municipios y corregimientos donde se hicieron mejoras o entregas de equipos y por medio de un video testimonial, se narrará cómo esto ha beneficiado a las comunidades. La campaña consistirá en resaltar la importancia que tienen estas prácticas: la tolerancia y la paciencia por las distintas formas de pensamiento. Dignificar la condición humana. Asumir los errores propios. Buscar soluciones proactivas. Establecer comunicaciones asertivas. La no discriminación. Vivir con base en el respeto. Esto con el fin, de generar conciencia desde la individualidad.				Que el público identifique y conozca la gestión de la Gobernación. Que el público sea consciente de que su contribución es fundamental para construir una sana convivencia en el Departamento.
<i>Justicia</i>	Mostrar las rutas de atención por parte de los organismos de seguridad y justicia del Departamento.	Promover los canales de comunicación de las autoridades y organizaciones a través de mensajes y				Mayor reconocimiento y uso de los canales de comunicación de las autoridades

	<p>Diagnóstico de la vulneración de los derechos humanos</p>	<p>testimonios que permitan a las comunidades identificarse. A través del análisis de los tableros de control sobre derechos humanos, promover mensaje de seguridad y protección de la vida, a partir de la gestión de la Gobernación por mejorar las condiciones de vida en el territorio.</p>				<p>por parte de la población antioqueña.</p> <p>Que las comunidades tengan mayor conciencia de la responsabilidad que tienen como ciudadanos.</p>
--	--	---	--	--	--	---