

AGENDA POLITICA PARA CÚCUTA DESDE LA COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO
SOCIAL ELECCIONES REGIONALES, MUNICIPIO DE CÚCUTA, DEPARTAMENTO
NORTE DE SANTANDER

CARLOS EDUARDO VERGEL CHACÓN

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
VILLA DEL ROSARIO

2019

AGENDA POLITICA PARA CÚCUTA DESDE LA COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO
SOCIAL ELECCIONES REGIONALES, MUNICIPIO DE CÚCUTA, DEPARTAMENTO
NORTE DE SANTANDER

CARLOS EDUARDO VERGEL CHACÓN

Código: 88253621

Trabajo de grado modalidad producción para medios de comunicación-desarrollo multimedia,
presentado como requisito para optar el título de Comunicador Social

Director

EDGAR ALLAN NIÑO PRATO

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

VILLA DEL ROSARIO

2019

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|----|
| RESUMEN | 1 |
| INTRODUCCION | 2 |
| CAPITULO I PROBLEMA..... | 4 |
| 1.1. CONTEXTUALIZACION..... | 4 |
| 1.1.1. Contexto municipio de San José de Cúcuta..... | 4 |
| 1.1.2. Impacto Agenda Política..... | 5 |
| 1.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA COMUNICACIONAL | 6 |
| 1.2.1. Formulación del Problema..... | 6 |
| 1.2.2. Descripción del Problema..... | 6 |
| CAPITULO II MARCO TEÓRICO | 8 |
| 2.1. ANTECEDENTES..... | 10 |
| 2.1.1. Antecedentes locales y regionales | 10 |
| 2.1.2. Antecedentes Nacionales | 13 |
| 2.1.3. Antecedentes Internacionales..... | 15 |
| 2.2. BASES TEORICAS..... | 16 |
| CAPITULO III PROPUESTA DE PRODUCCIÓN..... | 19 |
| 3.1. PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA COMUNICATIVA..... | 19 |

| | | |
|--------|--|----|
| 3.2. | OBJETIVOS..... | 20 |
| 3.2.1. | Objetivo General..... | 20 |
| 3.2.2. | Objetivos Específicos..... | 20 |
| 3.3. | PÚBLICO OBJETIVO..... | 20 |
| 3.4. | CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES..... | 21 |
| 3.5. | ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DE LA AGENDA POLITICA..... | 22 |
| 3.5.1. | Biografía del Candidato Hernando Acevedo | 22 |
| 3.5.2. | Diseño de las técnicas de investigación | 23 |
| 3.5.3. | Diseño del esquema del desarrollo multimedia | 24 |
| 3.5.4. | Descripción de las actividades que componen la propuesta comunicativa..... | 25 |
| | CAPITULO IV PROPUESTA COMUNICATIVA | 32 |
| 4.1. | PRODUCTOS DE LA AGENDA POLITICA: | 32 |
| 4.1.1. | Página web:..... | 32 |
| 4.1.2. | Página Facebook | 50 |
| 4.1.3. | Canal de Youtube..... | 50 |
| 4.1.4. | Conteo de Registro de Visitas..... | 50 |
| 4.1.5. | Amigo 24/7 | 51 |
| 4.1.6. | Folleto | 51 |
| 4.1.7. | Afiches Publicitarios..... | 51 |
| 4.1.8. | Canción de la campaña | 51 |

| | |
|---|----|
| 4.1.9. Cuñas Radiales..... | 52 |
| 4.1.10. Entrevistas para evaluar la propuesta comunicativa..... | 54 |
| CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 56 |
| 5.1. CONCLUSIONES..... | 56 |
| 5.2. RECOMENDACIONES..... | 57 |
| VI BIBLIOGRAFIA..... | 58 |

LISTA DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Cronograma Actividades Agenda Política..... | 21 |
| Tabla 2. Cronograma Actividades Página Web..... | 26 |
| Tabla 3. Piloto Página Web/Estrategia Media. | 27 |
| Tabla 4. Cronograma de Publicaciones | 32 |
| Tabla 5. Ficha Técnica-canción campaña..... | 51 |
| Tabla 6. Ficha Técnica –Cuña Radial | 52 |
| Tabla 7. Ficha Técnica –Cuña Radial | 53 |

LISTA DE ANEXOS

| | |
|---|----|
| Anexo A. Inicio-Página Web..... | 61 |
| Anexo B. Publicaciones Página Facebook..... | 63 |
| Anexo C. Canal de Youtube | 70 |
| Anexo D. Estadísticas Plataforma..... | 72 |
| Anexo E. Amigo 24/7 | 73 |
| Anexo F. Folletos..... | 75 |
| Anexo G Afiches publicitarios..... | 76 |

RESUMEN

Este proyecto ha sido basado en la creación de una agenda política para las elecciones regionales en el municipio de Cúcuta, la cual abarca desde la creación del perfil del candidato a la Alcaldía Hernando Acevedo, como diseño y desarrollo, transferencia e implementación, soporte y monitoreo de una página web u otros perfiles (Facebook, youtube), esto, con el fin de brindar un espacio a la comunidad cucuteña de participación ciudadana e interacción en las actividades a lo largo de la campaña logrando así, la respuesta a las necesidades de la ciudadanía que de una u otra forma visionan un cambio social.

Palabras Clave: Agenda Política, Participación Ciudadana, Cambio Social, Economía.

SUMMARY

This project has been based on the creation of a political agenda for regional elections in the municipality of Cúcuta, which covers from the creation of the profile of the mayoral candidate Hernando Acevedo, as design and development, transfer and implementation, support and monitoring of a web page or other profiles (Facebook, YouTube), this, in order to provide a space for the community of Cucuta to participate and interact in the activities throughout the campaign, thus achieving the response to the needs of citizens who in one way or another see a social change.

Keywords: Agenda Política, Citizen participation, Social change, Economy.

INTRODUCCION

Generar una agenda política para la ciudad de Cúcuta no es fácil. Existen promesas incumplidas que han generado el desencanto de los electores; aún más cuando se habla del municipio de Cúcuta. Desde principios de década se prometieron 20 mil soluciones de vivienda de las cuales no se cristalizó un alto porcentaje que luego ha sido justificado con gestión, generación de títulos, legalización de predios que no alcanzan a satisfacer las expectativas de una población que ya asciende casi a los 700 mil habitantes.

De otro lado las últimas administraciones dejan para fin de periodo la ejecución de obras bajo la excusa de recaudo lento, de los impuestos, pagos de anteriores vigencias, amenaza constante de quiebre de municipio y descuido en temas considerados ejes de convivencia y vitalidad. Por este motivo este trabajo pretende documentar teorías y experiencias de agenda política que de una luz para la proyección de una candidatura basada en necesidades reales.

La comunicación para el desarrollo aporta conocimientos teóricos y evidencia datos reales en materia de prevención de la salud, protección ambiental, educación para la comunidad, intervención para la solución de problemas y cultura ciudadana, es decir la comunicación se convierte en un arma de doble propósito. El primero paso es dar a conocer la propuesta del candidato y el segundo entrar en contacto con la comunidad, buscando transformaciones a través de un vehículo electrónico que ilustra sobre las necesidades de la ciudad. La página que será sometida a escrutinio público ventila contenidos que interesan a las 10 comunidades en secciones como:

Denuncie: un espacio para que los habitantes de la ciudad de Cúcuta, de todas las comunidades hablen de sus problemáticas o casos de inseguridad.

Amigo 7/24, una chat 24 horas, habilitado para escuchar a cualquier habitante de la ciudad, para manejar cualquier tipo de tema que le pueda interesar. Y otras sesiones que serán desarrolladas a lo largo de la presentación de trabajo y de la página web

El siguiente trabajo de grado busca tener interacción entre las necesidades de líderes comunales como las posibles soluciones y respuestas a problemáticas reflejadas en la comunidad cucuteña, estas necesidades se verán reflejadas y se desarrollaran a través de una agenda política con actividades del plan de gobierno del candidato del partido Alternativa Democrática “Hernando Acevedo”, las cuales serán divulgadas a través de estrategias de aplicaciones multimedia y una página web.

CAPITULO I PROBLEMA

1.1. CONTEXTUALIZACION

1.1.1. Contexto municipio de San José de Cúcuta

Acorde con el contexto geográfico y demográfico del Plan de Desarrollo “Sí se puede progresar” (2016-2019), el municipio de San José de Cúcuta se encuentra ubicado al oriente del país, asentado en el valle geográfico del río Pamplonita, que atraviesa la ciudad.

Hace parte de la región Andina y la región de los Santanderes; limita al norte con Tibú; al occidente con el Zulia y San Cayetano; al sur con Villa del Rosario, Bochalema y los Patios y al oriente con Venezuela y Puerto Santander.

Posee una extensión de 116 km² de longitud, que representa el 5.65% con respecto al Departamento Norte de Santander. Su temperatura media de 28°C (35°C en el día y 23°C en la noche) y su precipitación media anual de 1.041mm. La proyección poblacional establecida por el DANE es de 650.011 habitantes para el año 2015, población hombres 314.402, población mujeres 335.609 y una población potencialmente activa (>15 o < 59 años) 408.550 y una densidad poblacional de 592 personas por km². El 47,9% del total de población departamental se concentra en el municipio de San José de Cúcuta.

En Cúcuta. (n.d).En Wikipedia. Enciclopedia libre. Actualización en Junio 2019, como capital del departamento, alberga órganos gubernamentales del orden departamental como la Gobernación Norte de Santander, la Asamblea Departamental y otros órganos de Estado. Cúcuta está regida por un sistema democrático basado en procesos de descentralización administrativa,

generados a partir de la proclamación de la Constitución de 1991. Es gobernada por un Alcalde (poder ejecutivo), un Concejo municipal (poder legislativo) y un Tribunal Administrativo (poder judicial).

El Poder Legislativo es representado a nivel local por el Concejo de Cúcuta, la cual es una Corporación Administrativa de elección popular, compuesta por 19 ediles de diferentes tendencias políticas, elegidos democráticamente para un período de cuatro años y cuyo funcionamiento tiene como eje rector la participación democrática de la comunidad.

1.1.2. Impacto Agenda Política

En nuestro Departamento Norte de Santander y en especial en el municipio de Cúcuta, los periodos electorales se han convertido en cumplimiento de parámetros para lograr la elección de candidatos como la satisfacción de intereses ya sean personales o por compromisos por parte de los gobernantes, más no, para la creación de agendas políticas que cumplan con los intereses de la comunidad, por tal razón, es necesario formular una agenda política que permita la apertura de canales de participación ciudadana que reflejen la situación actual como las posibles soluciones; La sociedad cambia constantemente, así la política y el gobierno deben ir replanteando sus planes para de esta manera promover a una ciudadanía comprometida por el crecimiento económico y social de la región.

1.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA COMUNICACIONAL

1.2.1. Formulación del Problema

Qué modelo de agenda política existe para las elecciones regionales 2019, Alcaldía del municipio de San José de Cúcuta, Departamento Norte de Santander?

1.2.2. Descripción del Problema

Para Samuel Schmidt en el año 2010 “La despolitización de la sociedad mexicana ha provocado la ausencia de una agenda política, la sociedad no tiene acceso a las esferas donde se toman decisiones, ni el gobierno abre accesos para que entre la opinión ciudadana; los partidos políticos no presentan modelos e ideas del rumbo a seguir y la meta a alcanzar, es por ello que se generan parches que ocasionan efectos de situaciones mal atendidas y no resueltas; ocasionando que a largo plazo, se conviertan en situaciones graves.”¹; Norte de Santander, no es ajeno a esta situación, los gobernantes cada vez crean paradigmas muy parecidos a sus anteriores, en los que no tienen en cuenta la vocería de la ciudadanía, sino que por el contrario, cada día, crean una distancia considerable entre lo que es el plan de gobierno y las necesidades de la comunidad, causando desánimo y falta de interés por mantener una cultura democrática, ya que, muchos, se alejan de los procesos de elección (dejando de votar).

¹ Agenda Política. Obra/ biblioteca virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM.

Es por ello que la comunicación es una herramienta que permite persuadir buscando el cambio de actitudes en favor de sus habitantes; cuando se habla de cambio social relacionado con la comunicación se busca imitadores en lo material y se acerca más al pensamiento de una ciudad humana y de progreso, tocando ejes fundamentales de lo social, por ejemplo, con relación al medio ambiente existen mecanismos como la protección del agua, evitar la erosión y la tala de los bosques, estos aspectos aparecen en una agenda propuesta con el fin de un mejor entorno, en cuanto a la educación más allá de la formalidad genera comunidades, prácticas e independientes, en la salud desde la prevención, permite afrontar temas neurálgicos, como la drogadicción, el VIH y enfermedades venéreas.; es por ello que para evitar el caos se deben implementar nuevas costumbres ciudadanas, civismo, arraigo cultural entre otros factores; la comunicación es necesaria para el cambio social y así evitar estancamiento en todo lo relacionado con participación ciudadana y capacidad de las comunidades para solucionar problemas, por tanto, un blog desarrollado en una página web puede compartirse e interactuar con otros sitios de información virtual como las redes sociales: Facebook e Instagram.

Para el siguiente cuatrenio el municipio de Cúcuta requiere de una reingeniería política que se centre en la respuesta a los sectores más afectados como lo es la salud, educación y economía, sin olvidar la atención migratoria que ha aumentado las tasas de desempleo y pobreza en sectores críticos de algunas comunas, permitiendo así, que la comunidad a través de canales de comunicación expresen sus necesidades y puedan exigir a futuras administraciones efectivas y enfocadas el cumplimiento de las demandas de la sociedad, es decir, opinión social para enriquecer la agenda política.

CAPITULO II MARCO TEÓRICO

Con el fin de establecer y desarrollar el planteamiento del problema, la metodología para la investigación y dar solución a la agenda política en el municipio de Cúcuta; a continuación se presentan investigaciones y estudios desarrollados por algunos autores sobre esta temática:

Philip Kotler en el año 2005 definió la publicidad como “Una comunicación no personal y onerosa de promoción de ideas, bienes o servicios, que lleva a cabo el patrocinador identificado, los principales objetivos esenciales de la publicidad son: informar, persuadir, y recordar”.

Fischer en el año 2002 determino Política Pública como: “la solución a los problemas sociales y económicos que son construidas a través del lenguaje dentro del cual es descrita”; de acuerdo a este autor, se puede inferir que, mediante diversos canales de comunicación se pueden dar a conocer la creación de las políticas impartidas para dar solución a problemáticas presentadas dentro de la comunidad y enunciadas por la misma.

Para, Padioleau en el año 1982 la Agenda es “el conjunto de problemas percibidos que necesitan un debate público, o incluso la intervención (activa) de las autoridades públicas legítimas”; a través, de la agenda se dan a conocer las problemáticas de la ciudadanía, como el planteamiento de estrategias de las entidades públicas que irán de la mano con los entes gubernamentales para así, dar solución a las mismas.

Maxwell McCombs y Donald Shaw en el año 1972 publicaron una investigación como producto del estudio de las campañas políticas de Estados Unidos de 1968 y 1972:

“El término agenda es una metáfora para expresar como las agendas o los temas considerados relevantes por los medios, también lo son para la sociedad”²; y aunque el medio no decide por el público qué es lo que éste debe de pensar u opinar sobre un hecho, si decide cuáles son las cuestiones que estarán en boca de la opinión pública y a este conjunto de contenido se le denomina agenda. La agenda se divide en : 1) La agenda de medios establece temas y noticias que los medios de comunicación deben de dar a conocer, y el público recibe las noticias que los medios consideran relevantes; 2) la agenda del público es el grado de importancia que dará la audiencia a ciertos aspectos noticiosos durante un lapso y esta agenda la conocen los medios por encuestas, consultas o monitoreos.; 3) La agenda política es la información que los políticos y las instituciones de gobierno quieren dar a conocer a la población. Esta agenda hace acuerdos con los medios para definir qué publicar y que no.

² *The Agenda Setting Function of Mass Media* o “El establecimiento de la Agenda función de los Medios Masivos”.

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. Antecedentes locales y regionales

Edgar Allan Niño en el año 2011 presentó el observatorio³ como ponencia para evidenciar el diagnóstico en los medios de comunicación en las elecciones regionales 2011 del municipio de Cúcuta, el cual fue un:

Estudio piloto para observar el comportamiento del cubrimiento de la información previa a las elecciones regionales 2011, elecciones 2011 caso diario la opinión y recientemente matriz sobre corrupción en las noticias que se emitieron a mediados de 2012. El monitoreo se realiza con la participación de 15 observatorios de las principales universidades de Colombia y se han realizado eventos socialización local y nacional porque el conocimiento del manejo mediático permite fortalecer procesos para la búsqueda de una opinión pública crítica frente a los procesos electorales y las incidencias del país político.

El ejercicio lo realizan los estudiantes manejando el software de captura de información que ideó la MOE, a través de variables y cuenta con el análisis de expertos a nivel nacional de la comunicación y el periodismo político. Uno de los aspectos que más preocupa es el excesivo uso de fuentes oficiales y la falta de participación de la mujer en la vida política del departamento.

³ E. A. Niño Prato. "Monitoreo piloto a medios de comunicación del Norte de Santander, proyecto en alianza con la misión de observación electoral". Congreso de ALAIC (Asociación Latinoamericana de investigadores de la comunicación). Montevideo. Uruguay.

Es por ello que el seguimiento que brinda un comunicador en el ámbito político es indispensable, ya que desarrolla diferentes espacios de participación ciudadana que influye de una u otra forma en la toma de decisiones de la vida política de la ciudad; este apoyo técnico busca la opinión de las dos barreras los gobernantes y el pueblo, creando estrategias que cumplen con metas claramente establecidas, mas no, repetitivas.

Señalan Edgar Allan Niño & Zulmary Carolina Nieto en el año 2018 en su investigación sobre la educación para la política en la universidad colombiana que:

“la necesidad de una ruta didáctica para la enseñanza de la política a los comunicadores sociales en el contexto educativo colombiano. Los comunicadores sociales en formación serán los futuros líderes de opinión, orientadores de pensamiento crítico, por esto se acude a la experiencia de docentes, estudiantes y una mirada al contexto sociopolítico colombiano, partiendo metodológicamente desde la observación y el enfoque introspectivo vivencial con entrevistas semi-estructuradas y en profundidad cuyos resultados permiten trazar la ruta didáctica en el programa de comunicación social de la Universidad de Pamplona, sede Villa del Rosario, acudiendo a nuevas estrategias desde el humor, los seriados, el aprovechamiento de productos multimedia y la capacitación docente y estudiantil para la elaboración de la política como base de una comunicación ética y comprometida con la democracia y los procesos ciudadanos”.⁴

⁴ E. A. Niño Prato, y Z. C. Nieto Sánchez, “La educación para la política en la universidad colombiana”, Aibi revista de investigación, administración e ingeniería, vol. 6, no. 2, pp. 13-28, 2018.

Gracias a la educación impartida a los comunicadores los cuales deben ir en constante crecimiento y evolución a la par con la política, los ciudadanos buscan organizarse en favor de objetivos comunes y del bienestar público, el comunicador es un mediador entre dirigentes y dirigidos, para generar los cambios y fines que busca la política; para esto, se deben conocer los derechos y deberes, como la responsabilidad de contactar e interactuar con la actualidad del mundo político; mediante la transmisión de las necesidades de las comunas del municipio de Cúcuta se busca que existan posibles soluciones para el siguiente plan de gobierno.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Según Gina A. Bustos en el año 2013 en su trabajo de grado para obtener el título como politóloga determina que:

“Una sociedad conformada por un número determinado de ciudadanos con características colectivas e individuales manejan una agenda de temas relacionados con las diferentes necesidades sociales que se presentan, pero no todos abordan o consideran importantes los mismos temas, es por esto, que se presenta en una agenda ciudadana, una agenda de medios y una agenda política, el discurso y conceso que llegan al establecimiento de una política pública como respuesta a una problemática que se esté presentando en la sociedad”⁵. Dentro del trabajo también determina que, las agendas (políticas, medios, personas) son las encargadas de poner evidencia las problemáticas sociales que generan la construcción de una política pública y un discurso a partir de éstas, dentro del desarrollo del trabajo impartió tres capítulos: Discursos y el Giro Argumentativo de las Políticas Públicas, Establecimiento de la Agenda Política y la comunicación de las Políticas Públicas, dejando como conclusión que aunque una problemática no vaya a tener el grado de intervención esperado por quienes le hayan promovido o que no quede contemplada dentro de la agenda a manejar, no se puede decir que es una anulación del tema, sino que existen situaciones que apremian solución ya sea por la realización de estudios o presión social.

⁵ La importancia de la agenda en la concepción de políticas públicas. Universidad Tecnológica de Bolívar. Cartagena, D.T y C.

Para el desarrollo de este trabajo este aporte es importante debido a que a partir de las necesidades sociales, culturales y económicas de las comunas de la ciudad de Cúcuta se crearan las políticas del candidato aspirante a la Alcaldía, clasificándolas a su vez como cumplimiento a largo, mediano y pequeño plazo, esta comunicación es la guía para planificar las actividades llevadas a cabo por el plan de gobierno, gracias a su objetivo que es interactuar entre dos o más personas que comparten preguntas y posibles soluciones a una situación deseada.

2.1.3. Antecedentes Internacionales

Sam Hill junto al periodista Glenn Rifkin publicaron en su libro como:

Un conjunto de prácticas pensadas para ayudar a los emprendedores pueden incrementar las probabilidades de crear un startup con éxito; teniendo como alcance la proyección no solo sobre las decisiones cotidianas a largo plazo, sino a corto plazo sobre asuntos de presupuesto que inciden en aspectos mucho más fundamentales como lo es comunicación entre el cliente y el compromiso de la calidad de los productos, los cuales se llevan a cabo a través de la aplicación de tres características: -Tener vínculos profundos muy fuertes con un público objetivo específico, -tender a centrarse en el crecimiento y la expansión de la empresa en lugar de los beneficios, -trabajar con recursos muy limitados, con presupuestos muy inferiores al promedio; un plan de marketing es basado principalmente en la comunicación directa con la población base utilizando la publicidad de una manera extremadamente selectiva, extremadamente dirigida y muy intensa.⁶

La poca diversidad en la producción y creación de marketing hace que sea solo el reflejo de una visión tradicional mas no es la comunicación de una imagen de un producto a través de la televisión u otro medio masivo de comunicación.

⁶ Marketing Radical. Conocimiento Concentrado.

2.2. BASES TEORICAS

- Agenda a partir de niveles de interacción

Natalia Aruguete en el año 2016 creo una obra como socióloga económica que propone:

La posibilidad de analizar críticamente una de las teorías de la comunicación más exploradas, criticadas y utilizadas aun en los estudios sobre el campo de las ciencias sociales “agenda setting”, es desarrollado mediante la investigación científica que determina ámbitos de las ciencias de la comunicación y de la ciencia política, durante el desarrollo del proceso de construcción de la agenda, se atienden los medios de comunicación como actores políticos en torno a determinados temas, en los cuales se manifiestan los intereses y objetivos, en los medios se expresa una fuerte relación de interdependencia con los grupos del poder público o privado y con la ciudadanía en una influencia reciproca en ciertos aspectos.⁷

La agenda se puede construir a partir de la información recaudada a través de observación de noticias, situaciones y problemáticas reflejadas o incluso con información allegada por terceros, todo radica, es de la interacción y la postura entre las partes implicadas.

⁷ El poder la Agenda. Política, medios y público.

- Agenda en campañas electorales

Según D'Adamo & Garcia Beaudoux en el año 2006 en su trabajo de investigación definen:

La elección de una agenda como la relación con las demandas y reclamos de la ciudadanía que se cree subyacen más próximos a su decisión de voto y también con aquello a lo que los medios de comunicación de masas den prioridad en sus agendas; esta investigación fue planteada durante las elecciones presidenciales de Argentina en el año 2003. Por lo cual se tienen en cuenta los aspectos: establecimiento de cuestiones distintas como el carácter, la edad, la experiencia, el estado de salud, la política, la gestión o la ideología, luego, de establecidos los temas, los mensajes se confeccionan y difunden al tiempo que nuevas encuestas rastrean que efectos producen sobre la opinión pública, por consiguiente, la intervención de los medios de comunicación de masas en la construcción de la agenda teniendo en cuenta los temas de campaña de cada candidato, seguidamente se crean slogan en anuncios y utilización de símbolos partidarios en el anuncio (escudo, marcha, etc), gracias a herramientas como los sondeos de opinión, las elites políticas no sólo conocen cuáles son los temas que más preocupan a la gente en un determinado momento, sino las posiciones que los electores esperan que los candidatos asuman respecto de sus cuestiones. “El conocimiento de las preferencias de los ciudadanos les permite mostrarse más sensibles a ellas durante el curso de las campañas”.⁸

⁸ Medios de comunicación de masas y percepción social de la inseguridad. Universidad de Belgrano y de Buenos Aires, Argentina. P 19-32.

Una agenda política no solo contribuye al seguimiento de las actividades de la campaña electoral, también determinan y es el inicio de la creación de programas y proyectos de mejoramiento de las condiciones de la comunidad, a través, de la agenda creada durante la investigación planteada en el texto anterior, se tuvieron en cuenta los símbolos partidarios para dar el anuncio al candidato y de esta forma enfocar a las regiones del cual sería el candidato ideal para gobernar la presidencia; para la creación de esa agenda se tuvieron en cuenta todos los aspectos que el país necesitaba para mejorar su calidad de vida y de esta forma construir los discursos acordes.

CAPITULO III PROPUESTA DE PRODUCCIÓN

3.1. PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA COMUNICATIVA

Mediante este proyecto se presenta la construcción de una agenda política pública que capte no solo al candidato aspirante a la alcaldía de San José de Cúcuta, sino los elementos estratégicos indispensables para la gestión que permita el cumplimiento y satisfacción de necesidades sociales de la comunidad, los eventos de esta agenda política, son basados mediante: entrevistas, anuncios, entre otros.

Para esta propuesta comunicativa se creó un canal de comunicación entre comunidad y candidato a la Alcaldía, creando lasos de confianza, participación, y cooperación para la creación de las políticas de gobierno que buscan el desarrollo socio-económico de la región; se dio a través del intercambio de ideas, dudas, sugerencias y propuestas que abarquen los principales temas que han afectado a la ciudadanía.

Metodológicamente, se llevó a cabo principalmente mediante la construcción de un blog que permite ver el reflejo de “día a día” de Cúcuta, en donde se encuentran:

- Actividades que promuevan la participación ciudadana como fortalecimiento de relación aspirante vs comunidad.
- Publicación de entrevistas, imágenes, y videos del inicio-fin del proceso de la campaña del aspirante a la Alcaldía.
- Interacción mediante chats informativo a fin de conocer las aportaciones por parte de la comunidad respecto a problemáticas presentadas en la ciudad como perspectivas con relación al aspirante a la Alcaldía.

3.2. OBJETIVOS

3.2.1. Objetivo General

Diseñar la agenda política para Hernando Acevedo aspirante a la Alcaldía de San José de Cúcuta 2019-2022.

3.2.2. Objetivos Específicos

Diseñar una página web que permita realizar publicaciones semanales acerca de las principales temáticas de la ciudad de Cúcuta.

Ajustar la página web y estrategia multimedia con otras aplicaciones virtuales (Facebook e instagram).

Crear un dispositivo de evaluación sobre las acciones de campaña del candidato y contador de visitas.

Elaborar piezas de medios convencionales adaptadas al entorno virtual que permitan visionar el plan de gobierno del candidato.

3.3. PÚBLICO OBJETIVO

“Los ciudadanos votantes que habitan en la ciudad de Cúcuta mayores de 18 años que ejercen el derecho al voto son 102.388”.⁹

⁹ Votantes en Norte de Santander, 2015, *La OPINIÓN*.

3.4. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Para la creación de la estrategia de la agenda política, se determinaron las siguientes actividades para el cumplimiento de cada una de las fases:

Tabla 1. *Cronograma Actividades Agenda Política.*

| CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|------------------------------|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| CONTENIDO | | | MES 1 | | | | MES 2 | | | | MES 3 |
| FASE | PRODUCTO | ACTIVIDADES | Sem 1 | Sem 2 | Sem 3 | Sem 4 | Sem 1 | Sem 2 | Sem 3 | Sem 4 | Sem 1 |
| FASE I | PÁGINA WEB | Definir el acceso a la página -dominio (muestreparaver.com) | | | | | | | | | |
| | | Realizar el hosting o servidor de hospedaje (administrar el contenido de la página, espacio técnico para subir los archivos) | | | | | | | | | |
| | | Designar correo electrónico | | | | | | | | | |
| | | Página | | | | | | | | | |
| | | Diseñar generación del contenido | | | | | | | | | |
| | | Escoger plantilla para personalizar (blog) | | | | | | | | | |
| | | Construir página web | | | | | | | | | |
| FASE II | PILOTO PÁGINA WEB | Implementar y poner a prueba el funcionamiento de la página web | | | | | | | | | |
| FASE III | ESTRATEGIA TRASMEDIA | Realizar ajustes requeridos | | | | | | | | | |
| | | Crear estrategia con otras aplicaciones virtuales (Facebook, Instagram) | | | | | | | | | |
| FASE IV | EVALUACIÓN | Evaluar reajustes | | | | | | | | | |
| FASE V | PIEZAS MEDIOS CONVENCIONALES | Elaborar las piezas convencionales para el contenido de la página | | | | | | | | | |

Autor. Carlos Vergel.2019

3.5. ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DE LA AGENDA POLITICA

3.5.1. Biografía del Candidato Hernando Acevedo

Para dar a conocer la vida y obra de Hernando Acevedo se creó volantes que se entregaron a la ciudadanía cucuteña en puntos estratégicos donde existe mayor flujo de personas se da a conocer la vida y obra del candidato aspirante a la Alcaldía Municipio de Cúcuta 2020-2023; esta biografía fue escrita y guiada por el mismo candidato.

¿Quién soy?

Soy Hernando Acevedo, nací el 28 de enero de 1963 en la ciudad de Cúcuta. Creí en el seno de una familia emprendedora, del barrio El Callejón y mis mejores momentos de infancia se remontan en sectores de Atalaya, Claret y Pescadero. Mi padre me enseñó el valor del trabajo por eso empecé a trabajar a los 14 años, desde pequeño tenía claro lo que quería en mi vida y sabía que la única manera de lograrlo era con esfuerzo y compromiso, es así que mientras estudia en el colegio Gremios Unidos, era conductor de transporte público de la ciudad entre otros oficios, una vez graduado de bachiller decidí estudiar Contaduría en la Universidad Libre, para mí las finanzas es uno de los temas que de mayor importancia en cualquier negocio como diría Warren Buffet “Nunca inviertas en un negocio que no puedas entender”. Con estudio y dedicación logré prepararme para asumir el gran reto que mi padre me encomendó.

Fueron tiempos difíciles, persecución, extorsión y amenazas, pero, mi anhelo siempre ha estado en la región, me vi en la obligación de huir del departamento por seguridad. En el año 2013 volví a Cúcuta y recuperé la empresa que los socios minoritarios habían desangrado y luego de tener menos de 80 empleados, después de 6 años estamos llegando a los 1000, y seguimos creciendo. Desde entonces han sido 34 años al frente de TRASAN S.A una empresa que venía con grandes falencias y un fuerte déficit presupuestal, mi reto estaba en consolidarla como el proyecto líder

en el transporte público de la región, años después puedo demostrar con cifras que si es posible sacar adelante lo que parece estar perdido.

No soy político, pero se administrar, mi compromiso es con la ciudad que me lo ha dado todo, mi sueño es hacer de Cúcuta una gran empresa, porque estoy seguro que es una tierra pujante y con las características suficientes para lograrlo. No he tenido, no tengo, y tampoco tendré la necesidad de quitarle un peso a nadie. Quienes me conocen saben que soy un hombre de carácter y muy correcto. Usted puede hacer parte de esta gran empresa, con su firma podemos lograr la Cúcuta que deseamos.

3.5.2. Diseño de las técnicas de investigación

Siguiendo a Kernell en el año 2007 “la distinción de tipos tiene su base en los objetivos que se plantean como método de comunicación, por esta razón, las conferencias de prensa, anuncios y discursos se toman en cuenta no como parte de un tipo específico de evento, sino como una herramienta funcional de la política pública”.

Para Eshbaugh-Soha en el año 2003 las conferencias de prensa son uno de los vehículos más importantes por el que los presidentes se comunican con el público y con los medios, los discursos mayores: Son aquellos discursos que por su importancia son de carácter especial y ameritan ser transmitidos en medios masivos de comunicación, los discursos menores: Son aquellos discursos que el candidato a la alcaldía da ante un posible encuentro con los medios después de algún evento más importante.

De acuerdo a los planteamientos de los anteriores autores, el Candidato a la Alcaldía, mediante anuncios, discursos y entrevistas (televisión, radio) ofrece opiniones abiertas sobre su

posible gobierno, como la solución a temas que particularmente se presentan en las comunas de la ciudad y los cuales han sido manifestados por los líderes y presidentes de juntas de acción comunal.

Dentro de las herramientas requeridas para el desarrollo de la multimedia son:

- Soporte para la investigación dividido en referentes autores y conceptos
- Prueba de interactividad y claridad de la pagina
- Mesa de trabajo con expertos sobre las ideas de campaña
- Sondeos evaluativos de las acciones de campaña y piezas publicitarias
- Triangulación de la información entre el blog y las redes sociales

3.5.3. Diseño del esquema del desarrollo multimedia

Con el fin de que los actores o ciudadanía aporte o de su opinión referente al plan de gobierno, el diseño del esquema se realizará en las primeras etapas con un diseñador gráfico y se verificará con la prueba piloto; creación de un blog en donde se estipulen las actividades de campaña del candidato, como el plan de gobierno y comunidades objetivos; sin olvidar el perfil en redes sociales del candidato, esto a su vez que se tenga contacto con la ciudadanía, en donde por medio de comentarios se persuade la asertividad de la población con el objetivo de la campaña electoral.

3.5.4. Descripción de las actividades que componen la propuesta comunicativa

3.5.4.1. Fase I: Página web:

Para Maria Raffino en el año 2018 se conoce como 'página web, la página electrónica o página digital *a un documento digital de carácter multimediático* (es decir, capaz de incluir audio, video, texto y sus combinaciones), adaptado a los estándares de la world wide web (www) y a la que se puede acceder a través de un navegador y una conexión activa de internet, las páginas web *se encuentran programadas en un formato HTML o XHTML*, y se caracterizan por su relación entre unas y otras a través de hipervínculos: enlaces hacia contenidos diversos que permitan una lectura compleja, simultánea y diversa, muy distinta a lo que se puede hallar en los libros y revistas, las páginas web cumplen básicamente con la tarea de brindar información de cualquier índole y en cualquier estilo o grado de formalidad, al mismo tiempo, permiten distintos grados de interacción entre usuarios.

La Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia, tiene dentro de su sistema de comunicaciones una página web, la cual hace parte de los medios masivos de comunicación institucional, es el medio de comunicación electrónico cuya función fundamental es informar a la comunidad universitaria y a los usuarios externos, tan a nivel local, como nacional e internacional y durante las veinticuatro horas del día, sobre el acontecer diario de las actividades de la institución. Como medio de comunicación, publica a través de diversas unidades, todo lo referente a la actualidad universitaria, principalmente en las secciones de noticias, eventos y documentos de interés público.

Con relación a esto, para la agenda política construida para dar seguimiento a la campaña de Hernando Acevedo se ha diseñado y creado una página web la cual contiene, imágenes de las actividades desarrolladas por el movimiento Alternativa Democrática durante la campaña

electoral, como videos de las visitas a las comunas de la ciudad en donde el candidato atienden a líderes comunales y comunidad en general para escuchar y atender a sus peticiones, además, de la publicación de artículos semanales los cuales contemplan las problemáticas actualmente presentadas en la ciudad, además, de la atención vía chat electrónico dando respuesta a inquietudes por parte de los visitantes(quejas, reclamos y denuncias), y otros tantos materiales dinámicos y estáticos; este medio de comunicación mueve masas ya que tiene una gran cobertura mediática, la ciudadanía cucuteña está al tanto de la actualidad, por lo que día a día, se mantiene en constante consulta de noticias, como de los posibles debates que se puedan presentar entre uno o varios candidatos, para de esta manera, inclinarse y brindar su total apoyo al que cumpla con sus ideales y políticas que busquen la contribución al desarrollo de la comunidad.

A continuación se relacionan las actividades desarrolladas para el diseño y creación de la página web:

Tabla 2. *Cronograma Actividades Página Web.*

| CONTENIDO | | MES 1 | | | | MES 2 | | | | MES 3 |
|-------------------|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| PRODUCTO | ACTIVIDADES | Sem 1 | Sem 2 | Sem 3 | Sem 4 | Sem 1 | Sem 2 | Sem 3 | Sem 4 | Sem 1 |
| PÁGINA WEB | Definir el acceso a la página -dominio (muestreparaver.com) | | | | | | | | | |
| | Realizar el hosting o servidor de hospedaje (administrar el contenido de la página, espacio técnico para subir los archivos) | | | | | | | | | |
| | Designar correo electrónico | | | | | | | | | |
| | Página | | | | | | | | | |
| | Diseñar generación del contenido | | | | | | | | | |
| | Escoger plantilla para personalizar (blog) | | | | | | | | | |
| | Construir página web | | | | | | | | | |

Autor. Carlos Vergel.2019

| | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | interacción entre el candidato y la comunidad (Desayunando con Hernando) | | | | | | | | |
| | Realizar encuestas virtuales desde la página Hagamos de Cúcuta | | | | | | | | |
| | Crear jingle para la campaña del candidato | | | | | | | | |
| | Crear folleto desplegable con las propuestas de gobierno | | | | | | | | |

Autor. Carlos Vergel.2019

A través de la implementación de una estrategia de complemento con las nuevas herramientas tecnológicas (Facebook, youtube) se crearon contenidos (entrevistas, encuestas y chat electrónico) que permitieron la llegada a los usuarios a través de imágenes, videos, textos y sonidos, directamente desde su teléfono móvil; estas herramientas de la era digital permitieron que el candidato Hernando Acevedo se pudiera reconectar con personas que habían dejado de votar, debido a que no conocían al candidato de cerca, esto con el fin de retomar y mantener la cultura democrática en la ciudad.

- Facebook: Pagina “Hagamos de Cúcuta”, es un espacio en donde se compartieron las entrevistas realizadas al candidato Hernando Acevedo a través del hastag (#DesayunandoConHernando), además, de las publicaciones situacionales de la ciudad, como desarrollo de la campaña electoral del candidato desde el aval hasta actividades de mejoramiento a las comunas de Cúcuta.

Mediante el Informativo de Charles Carson y Fermín quienes son reconocidos en la ciudad de Cúcuta por su trabajo periodístico, se elaboraron preguntas donde la comunidad de las comunas de la ciudad manifestaron a través de la página “Hagamos de Cúcuta” sus inquietudes, como sugerencias con relación al cambio que se debe proyectar en pro de desarrollo del municipio; a

continuación se relacionan las principales preguntas las cuales obtuvieron mayor número de visitas y comentarios.

-A propósito del próximo Cabildo Abierto que le harán a Aguas Kpital, ¿Cuál es tu opinión frente a los servicios públicos de la ciudad? , En donde 49.284 personas vieron la publicación, 20 comentarios y 79 veces compartido.

-¿Qué crees que le falta a esta ciudad? 179 personas vieron la publicación, 7 comentarios y 14 veces compartido.

- La comunidad es la única que conoce, a profundidad, los problemas y las oportunidades de sus barrios. En esta ocasión invitamos a la ciudadanía que nos cuenten las problemáticas más visibles que tienen en sus comunidades. ¿Cuál es la problemática de tu barrio?

- Youtube: En el canal se creó una estrategia con base en entrevistas realizadas al candidato bajo el nombre “Desayunando con Hernando Acevedo”, en donde, se le hacen preguntas al candidato con relación a su trayectoria laboral y política, como pensamiento de las problemáticas de la comunidad cucuteña y sus posibles soluciones para dar respuesta a dichas necesidades, estas preguntas fueron planteadas por líderes sociales, periodistas, entre otros.

“En mi mesa siempre habrá espacio para hablar de los distintos temas de interés, sin libretos, con naturalidad, sin estratos y sin censura”. “Un espacio para Todos” (Lunes-Viernes 7:00 a.m).

3.5.4.3. *Fase III: Dispositivo de evaluación sobre las acciones de la campaña y contador de visitas.*

Para medir cualitativamente las actividades ejecutadas durante la campaña, se realizaron entrevistas cortas, al Gerente de la campaña y al candidato; en ambas entrevistas, las opiniones fueron positivas: “el trabajo realizado por el ponente de este proyecto ha dado sus frutos y ha servido de plataforma intermediaria ente la comunidad y el candidato”.

Dentro de la plataforma de la página web se pueden verificar estadísticas de las visitas registradas por los líderes comunales y comunidad en general.

3.5.4.4. *Fase IV: Piezas de medios convencionales adaptadas al entorno virtual (afiches, videos, jingles, cuñas, flyers, material pop basado en el marketing radical).*

A través de, piezas de medios convencionales se dio a conocer la imagen, participación y propuestas del Candidato de Alternativa Democrática Hernando Acevedo quien como aspirante a la candidatura a la Alcaldía de Cúcuta busca dar solución a las problemáticas olvidadas por los anteriores gobernantes; Para el desarrollo de cada una de las actividades de la campaña se desarrollaron las siguientes piezas:

- Trasmisión a través de los canales locales del municipio de Cúcuta como TvCúcuta las entrevistas realizadas al candidato en el programa Desayunando con Hernando Acevedo.
- Creación del yingol de la campaña para el lanzamiento del candidato.
- Creación de chat “Amigo 24/7” En el cual mediante un registro de visitantes se atienden las inquietudes de la comunidad que sigue al candidato Hernando Acevedo, esto con el fin de responder a denuncias, quejas y reclamos.

- Creación diseño para el folleto desplegable realizado para la campaña del candidato.
- Creación de artículos de opinión para compartir con los lectores de la página web.
- Diseño y creación de afiches publicitarios para la campaña de Hernando Acevedo.
- Difusión de cuñas radiales.

CAPITULO IV PROPUESTA COMUNICATIVA

4.1. PRODUCTOS DE LA AGENDA POLITICA:

4.1.1. Página web:

Se creó una estrategia de participación ciudadana mediante la formulación de artículos de opinión, temas compartidos por los visitantes de la página web, en la siguiente tabla se relacionan las publicaciones semanales realizadas:

Tabla 4. *Cronograma de Publicaciones*

| PUBLICACIONES | MES 1 | | | | MES 2 | | | |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | sem 1 | sem 2 | sem 3 | sem 4 | sem 1 | sem 2 | sem 3 | sem 4 |
| BICICLETAS, TRANSPORTE Y PELUQUERIA | | | | | | | | |
| MÁS ARBOLES QUE Busetas | | | | | | | | |
| QUE ES ALTERNATIVA DEMOCRÁTICA? | | | | | | | | |
| ¿RAMIRO 3.0? | | | | | | | | |
| ¿QUÉ PASA CON LOS SERVICIOS PÚBLICOS DE CÚCUTA? | | | | | | | | |
| ¿NOS QUEDAMOS CON LAS GANAS DE ESTUDIAR? | | | | | | | | |
| CREACIÓN DE OPORTUNIDADES LABORALES ESTABLES ANTE SITUACIÓN ECONOMICA EN NUESTRA REGIÓN! | | | | | | | | |
| ESCASEZ DE GASOLINA, REVIVIENDO TIEMPOS!!! | | | | | | | | |
| CRISIS EN EL TRASLADO DE MEDIMAS | | | | | | | | |
| ¡PESIMO SERVICIO AL PÚBLICO! | | | | | | | | |
| AGUAS CAPITAL EN EL OJO DE LOS CUCUTEÑOS | | | | | | | | |
| CÚCUTA ¿UNA CIUDAD DESEMPLEADA? | | | | | | | | |
| LA GUARIDA DEL CONCEJO | | | | | | | | |
| ¿CUÁNTO CUESTA TU VOTO? ¿CUAL ES EL VALOR DE TU CONSCIENCIA? | | | | | | | | |

Autor. Carlos Vergel.2019

✓ *Bicicletas, Transporte y Peluquería*

La tarde del pasado 28 de abril Un barrio de la ciudad de Cúcuta tuvo la visita inesperada del gerente de la campaña Alternativa Democrática Sebastián Corredor. Los niños tuvieron la oportunidad de llevarse a sus casas un medio de transporte juvenil, que les permitirá movilizarse dentro de la ciudad llegando a tiempo a sus colegios. Un corte de pelo, y una bicicleta, sacaron diferentes sonrisas a los niños de la ciudad motilona, donde además se les explico lo importante que es respetar las señales de tránsito a la hora de movilizarse. El Empresario y precandidato a la alcaldía de Cúcuta Hernando Acevedo aseguró que a la juventud cucuteña lo que más le falta es cultura, «no es solo darles la bicicleta, es enseñarles las normas para que puedan movilizarse dentro de la ciudad»

✓ *Más Arboles qué Busetas*

Después de cumplir 50 años la empresa TRASAN SA decidió sembrar dos árboles por cada buseta que recorre las calles de la capital norte santandereana, su dueño el empresario Hernando Acevedo es consiente que el humo de cualquier carro daña el medio ambiente. Considera que la ciudad necesita concientizar a todos sus habitantes que el clima es cada vez peor y por eso quiere dar este aporte para toda la sociedad cucuteña. Afirma que si existen compromisos, que tengan por escrito lo que quiere cada comunidad quiere se compromete a cumplirlos para lograr conseguir un mejor desarrollo a toda la comunidad cucuteña.

Los compromisos que quiere Acevedo es que nos permitan crecer a todos como capital norte santandereana, sobre todo beneficiar el medio ambiente en Cúcuta, para que dejen de pensar que es una ciudad sucia, sin prosperidad, el compromiso es de todos sus habitantes y por eso debe llegar a los mismos para que puedan solucionar su problemática.

El interés de alternativa democrática es recorrer todos las calles de Cúcuta, establecer compromisos con la gente, con líderes, que analicen su plan de gobierno, también que tengan la disposición de construir un equipo imparable para que este nuevo partido, crezca pero que sobre todo le aporte a la sociedad cucuteña, cultura, liderazgo pero sobre todo empresa.

✓ *Qué Es Alternativa Democrática?*

El Movimiento Alternativa Democrática es una plataforma de convergencia ciudadana que tiene como finalidad, articular problemáticas, debilidades, fortalezas, y oportunidades de la ciudad, para plantear sus posibles propuestas de solución y aprovechamiento.

Esta plataforma nace, también, con la intención de sugerir a los candidatos de los próximos comicios electorales, las necesidades directas de las comunidades ¿Quién más podría conocer a profundidad lo que sucede en los barrios, comunas, corregimientos, o veredas, además de sus mismos habitantes? El proselitismo político llega cada cuatro años y explota las necesidades de la población. Pero nunca se piensa en una articulación entre la comunidad y la institucionalidad (en la que ambos salgan beneficiados bajo la lógica de ganar/ganar). De allí nuestra intención de sugerir a los candidatos que incluyan las necesidades reales de la población en su plan de gobierno.

El Movimiento Alternativa Democrática cuenta con un equipo de voluntarios conformado por Presidentes de las Juntas de Acción Comunal, ediles, líderes sociales, estudiantes universitarios, profesionales, empresarios, y empleados del sector público. Nos caracteriza nuestra convicción de una ciudad sostenible, sustentable, y con oportunidades que permitan fortalecer la equidad social; además de nuestra calidad humana. En ese sentido, estaremos por todos los barrios de las

comunas de la ciudad, y también por sus corregimientos, y veredas para escuchar sus problemáticas.

✓ *¿Ramiro 3.0?*

En las últimas horas se empezó a viralizar un video por redes sociales. En él, se apreciaban a una cantidad de mujeres aglomeradas en una cancha (todavía se desconoce la ubicación de la reunión) y a un hombre, con micrófono en mano, donde aseguraba ser “ramirista”. Por la fecha, se puede interpretar que era una reunión para festejar el día de las madres. No obstante, se aprovechó la ocasión para pasar ciertas cuñas políticas, pues no es un secreto para nadie en Cúcuta, que los candidatos Jorge Acevedo y Martha María Reyes, reciben el apoyo irrestricto del homicida Ramiro Suarez, ex alcalde de Cúcuta quien se encuentra recluido.

Ramiro fue Alcalde de Cúcuta en el periodo 2004 – 2007, y su administración fue admirable para algunos, y reprochable para otros, en conclusión: controversial. Las banderas de sus seguidores son las megaobras que se hicieron, y la buena temporada del Cúcuta Deportivo en aquella fecha. Infortunadamente, esa misma ciudadanía desconoce el costo que estamos pagando por eso que celebran. Someramente se puede concretar: megaobras = megaendeudamiento. Campaña positiva del Equipo Cúcuta Deportivo = Venta del Equipo a un privado que tildan de “mercenario”. ¿Es eso lo que queremos nuestra ciudad? ¿Es eso lo que queremos para nuestra vida? ¿Venderemos un riñón para ponernos tetas?

No siendo suficiente con Ramiro, la ciudadanía escogió para el periodo 2016 – 2019 a César Rojas (Candidato puesto por Ramiro). Y en este periodo (próximo a terminar) la ciudadanía pudo presenciar la ineficiencia de la administración municipal para enfrentar fenómenos sociales como el desempleo, la informalidad laboral, y el contrabando. Así mismo, los cucuteños

manifestaron la inconformidad frente a temas como la adición de presupuesto y la modificación de diseño del Puente Benito Hernández, el impuesto de seguridad, la concesión de alumbrado público, el deterioro de la malla vial, entre otros asuntos...

Además de esto, el pensado de Suárez Corzo es seguir al control de la Administración Municipal y sus entidades. Para esta ocasión, su apuesta máxima es el candidato Jorge Acevedo, quien es conocido en la ciudad por sus pasadas aspiraciones políticas al Congreso y a la Alcaldía.

Pero ¿será que los cucuteños cederán su confianza una vez más? No es falsa la premisa de “si hay un idiota en el poder, es porque quienes lo eligieron están bien representados”. No sería justo para esta ciudad, resistir otro periodo de Ramiro en la Administración Municipal.

✓ *¿Qué Pasa con los Servicios Públicos de Cúcuta?*

Esa es la pregunta que se hacen todos los Cucuteños. Unos inconformes por el costo de los servicios, otros, por la ineficiencia de los mismos. Pero ¿quién podría respondernos a qué se debe este flagelo? ¿Existe alguna entidad que les haga control? El Movimiento Alternativa Democrática estuvo indagando, recogiendo información y testimonios, y esto fue lo que encontró:

Servicios como el manejo del agua potable, el alumbrado público y la educación, en donde: se otorgaron concesiones en el manejo del agua potable con Aguas Kpital, en el alumbrado público a la empresa SJC, ente otras...

Agua potable: El manejo del agua potable está en concesión a la empresa Aguas Kpital. A la fecha, la inversión ha superado los 290.000 millones de pesos para la ejecución y distribución del agua en toda la ciudad. No obstante, la prestación del servicio ha tenido inconforme a los ciudadanos. Hechos como el razonamiento de agua, el costo del servicio, y la imposición del

cambio de contadores, han generado molestias entre los cucuteños. Razones suficientes para los cucuteños de realizar un Cabildo Abierto a la empresa.

Alumbrado público: Desde el año pasado, la concesión del alumbrado público se le entregó a la empresa SJC. En palabras del Alcalde Cesar Rojas, la inversión sería de 94.000 millones de pesos, destinados, principalmente, al remplazo de las luminarias de sodio por luces LED, y a la intervención de parques. Sin embargo, cabe resaltar que el alumbrado público ya había estado bajo concesión por 20 años a una empresa privada, y esta, no cumplió eficientemente con su misión principal: iluminar la ciudad.

Educación: Cuatro colegios de la ciudad se encuentran operando bajo esta modalidad de contratación, entre estos, el más reciente es el Mega Colegio Pedro Cuadro, ubicado en El Rodeo, quien pasó a ser administrado por el consorcio Fronteras de la Educación.

Se han otorgado concesiones por 10 años en este sector, y aunque la calidad educativa que reciben los niños es buena, los profesores no pueden gozar de ciertos criterios como el pago por escalafón que rige al magisterio, y también se han visto coartados al participar en paros u protestas convocadas por este gremio.

¿Ha sido la concesión el problema?

Aunque la contratación bajo modalidad de concesión tiene sus ventajas (pues se enmarca en una proyección en la que las partes involucradas ganan), se conocen casos en los que la contraparte privada, se ha inclinado más por aumentar sus utilidades que por garantizar la calidad y eficiencia de la prestación en mención. Un caso puntual es el que el Veedor Nacional de Servicios Públicos, Francisco Palacios, denunció ante la ciudadanía y las autoridades competentes. Pues a su consideración, Aguas Kpital estaba ejecutando procedimientos de manera irregular. Y aunque el Cabildo Abierto, es un mecanismo de participación ciudadana que tiene

cierto grado de control, la autoridad idónea para hacerle un control político a la entidad es el Concejo Municipal de Cúcuta. Ante dicho ente de control rindió indagatorias Aguas Kpital el pasado año, y no salió bien librada. Pues cuestionaban unos otrosí que le permitían a la empresa seguir con la concesión. La expectativa crece, así como la inconformidad de los cucuteños, quienes cansados de los atropellos, asistirán al Cabildo Abierto el próximo 23 de mayo, donde presentarán sus opiniones.

✓ *Creación de Oportunidades Laborales Estables ante la Situación Económica en Nuestra Región!*

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE) en el año 2018 afirmo que: *Cúcuta ocupa el segundo lugar en la tasa de desempleo más alta del país con un 16,3%, después de Quibdó que registró un 17,8%, esta entidad afirma que en el último año las personas que entraron en situación de desocupación, en su mayoría, corresponde a personas que superan los 55 años y dentro de ese rango la mayoría son hombres.*

Mario Zambrano, director del programa ‘Cúcuta Cómo Vamos’, afirma que, *estos resultados confirman que no hay generación de oportunidades laborales en la ciudad, y las políticas que se han hecho desde el gobierno central como los “40 mil primeros empleos” no han tenido la suficiente efectividad en mejorar esta situación de la ciudad.*

Así mismo, aseguró que los sectores que siguen siendo relevantes en la generación de empleo demuestran que lo que hay de fondo es la necesidad de generar un modelo de desarrollo territorial que se planifique con todos los actores de departamento: empresarial, público, academia, entre otros.

¿Cuál será entonces la solución para el desempleo en Cúcuta cuando cada trimestre se está informando lo mismo?, cifras preocupantes para la ciudad, convirtiéndose en un eterno retorno, además cuando ante este caos ninguna autoridad municipal ha podido frenar la expansión del desempleo, y todos los intentos por tratar de poner orden han fracasado.

El aumento de vendedores ambulantes es alarmante, el espacio público cada día es reducido y las ventas de comida sin higiene actúan con normalidad, sin olvidar las madres gestantes y niños pidiendo limosna en los andenes de la ciudad, por esto, es necesaria la intervención del Gobierno Nacional ante la crisis de desempleo en la ciudad de Cúcuta, solo así se puede contemplar la idea de tener un cambio real para la ciudad.

✓ *¿Nos quedamos con las ganas de estudiar?*

La Gobernación de Norte de Santander venía generando becas para la educación superior en la región, becas que salen de los impuestos que pagan los ciudadanos, sin embargo ante la eliminación de la estampilla pro – desarrollo fronterizo, la asesora de políticas públicas Cecilia Durán Jaimes, nos informó que *debido a la disminución de los recursos provenientes de la recaudación de la estampilla que se cobraba a los ciudadanos en el Aeropuerto, la Gobernación no podrá otorgar nuevas becas para cursar primer semestre en cualquiera de las universidades públicas de la región porque sencillamente no hay presupuesto.*

Aunque sabemos que la educación es un derecho estipulado en la constitución política de Colombia y el acceso a ella no debe ser negado, queda claro que en Norte de Santander es una excepción y nuevamente los dirigentes políticos se salen con la de ellos.

Es inadmisibles que se recorte al presupuesto de la educación cuando debería ser uno de los rubros con mejor inversión.

✓ *Crisis en el traslado de medimas*

Luego de que un juez del juzgado de Cundinamarca anulara el funcionamiento de Medimas como eps, los cucuteños quedaron inmersos en la incertidumbre, pacientes de enfermedades de alto riesgo que no saben qué va a suceder con sus tratamientos.

La EPS MEDIMAS como la mayoría en el país atraviesan una crisis en su funcionamiento incumpliendo en el servicio a sus usuarios, estos mismos deben estar enterados que la entidad está en la obligación de garantizarles la continuidad de los debidos tratamientos mientras el proceso del traslado avanza.

En medio de esta zozobra el veedor de salud José Francisco Villamizar, explicó cuáles son las responsabilidades de la entidad con sus usuarios durante el traspaso a otra entidad prestadora de salud. Para dar tranquilidad a los usuarios cucuteños.

✓ *Escasez de gasolina, reviviendo tiempos!!!*

Los ciudadanos cucuteños tildan como “pérdida de tiempo”, luego de que tengan que realizar filas de 4 horas en una estación de gasolina para poder alimentar los tanques de los vehículos.

La crisis por ausencia de combustible tiene a la ciudadanía de Cúcuta descontrolada y desanimada, además de elevar la emergencia humanitaria en el vecino país, está incidiendo en el consumo de la gasolina colombiana, al punto de encender las alarmas por una escasez inminente “sed de gasolina”.

Crisis similar a la de finales del año 2015 luego de que el presidente Nicolás Maduro ordenara los cierres fronterizos, este desabastecimiento ha generado enormes filas de vehículos en las diferentes estaciones de servicio, solo a la espera de lo que disponen las mismas para alimentar parte de los tanques de los vehículos.

Los gremios económicos de la ciudad aseguraran que *esto se ha llevado a cabo debido al agotamiento del cupo de 10'517.739 galones de gasolina, asignado mensualmente al departamento por el Gobierno Nacional*. La situación actual en materia de combustible del departamento es motivo de preocupación para todos los sectores, los cuales solicitan que se amplíe el cupo de la gasolina subsidiada suministrando combustible a las empresas de gasolina Norte de Santander, como los controles en las calles de Cúcuta para evitar el acaparamiento por parte de los pimpineros, quienes *revenden la gasolina a 25 mil pesos el galón, cuando el precio subsidiado en la bomba es a 7.257 pesos*".

Luego de una reunión con el Viceministro de Minas y Energía Diego Meza con el Gobernador William Villamizar Laguado, Alcalde de Cúcuta Cesar Rojas como diputados, senadores y dirigentes de nuestra región quienes expusieron la realidad que está viviendo la región además de requerir que "No solo se adelantara del cupo del combustible, sino que se requerirá una ampliación de manera urgente".

✓ *Aguas capital en el ojo de los cucuteños*

El pasado 23 de mayo se llevó a cabo un cabildo abierto en la ciudad de Cúcuta en el parque Santander donde diferentes líderes mostraron su inconformidad por los altos costos que se están generando actualmente en los servicios públicos.

Cerca de 500 personas se reunieron en la capital norte santandereana, para debatir la problemática de la ciudad. En medio del debate se mostró el desconcierto de los cucuteños a los dirigentes de Aguas Capital. Acusados de retirar los medidores antiguos reemplazándolos por otros, razón por la cual el servicio cada día más se incrementa.

Los altos costos del servicio del agua tienen a sus habitantes al borde de la quiebra en los estratos 1,2, y 3, el servicio de primera necesidad en la ciudad de Cúcuta se ve inaccesible, sumado a eso sus representantes legales correspondientes no responden a los reclamos de la gente, que va a pasar con el servicio del agua en Cúcuta?

✓ *¡Pésimo servicio al público!*

Para entender un poco más sobre la problemática de servicios públicos que atraviesa Cúcuta y su área metropolitana, nos acercamos al Abogado y Veedor Nacional de Servicios Públicos, Francisco Palacios, quien ha liderado procesos de esclarecimiento y rectificación en la ciudad, a consecuencia de los cobros excesivos que hacen las empresas.

Esto fue lo que nos dijo:

Hagamos de Cúcuta: Teniendo en cuenta el contexto que rodea a las empresas de servicios públicos en la ciudad, usted ¿cómo ve el panorama para los cucuteños?

Francisco Palacios: ¡Preocupante! Preocupante porque uno conoce de que todo debe estar vigilado y controlado por lo que establece la Ley 142, 143; y lo que establecen las comisiones de

Regulación; y aquí las empresas (todas sin excepción de alguna – e inclusive las que prestan el servicio de telefonía móvil celular (que entre otras es un servicio público operado por privados)) hacen lo que quieren. Las Comisiones de Regulaciones, en el caso de la CRC (Comisión de Regulación de Comunicaciones) les permiten una clase de abusos. Al igual que la comisión de Regulación de Acueducto y Alcantarillado, la Comisión de Regulación de Energía y Gas: no aplican la normatividad, permiten que las empresas abusen de los usuarios; por eso se ve que en Cúcuta haya una libertad de tarifas: las empresas cobran lo que se les da la gana. Hacen incrementos aduciendo que están establecidos dentro de la norma en el IPC ¡y eso es totalmente falso! No miran la situación económica que atraviesa la ciudad.

HDC: cuando hablamos de incrementos en el costo de los servicios públicos en estratos 1, 2, y 3 ¿Qué tanto les ha aumentado en tarifas?.

✓ *Cúcuta ¿una ciudad desempleada?*

Con esas palabras pero sin los interrogantes-se titulaba un artículo de El Tiempo, escrito en 1994 por Jaime Yañez Villamizar, en él, se señalaban algunas causas por las cuales el desempleo en la ciudad era tan latente; entre esas: la liquidación de empresas y entidades del Estado, la inestabilidad económica de Venezuela, y el retorno de 2.000 colombianos que residían en el vecino país.

¿Cómo ha evolucionado o retrocedido la ciudad en este tema 25 años después, o inclusive, desde su fundación? Veamos

Después de ser reconocida en el gremio de industrias y manufacturas como “La Vitrina de Colombia” (pues era la ciudad que más vendía producción nacional en todo el país); pasó a estar entre las primeras ciudades con mayor desempleo e informalidad laboral. Irónicamente, el

comercio ha sido su virtud y su perversión. Esta es una pequeña reseña de lo que ha sido Cúcuta y su economía, en la historia del país...

Ubicada geográficamente en zona limítrofe con Venezuela, su estrategia comercial en el intercambio de productos se desarrolló por el Río Zulia, desde donde transportaban la mercancía hasta el lago de Maracaibo, y posteriormente era exportada a Europa. El apogeo del cacao y su crecimiento comercial, permitió que para la segunda mitad del siglo XVIII, se aumentara el número de habitantes en los dos primeros poblados del Valle de Cúcuta: San Luis y San José de Guasimales (llamado posteriormente San José de Cúcuta). Ambos, subordinados a Pamplona, capital de la provincia para la fecha. En 1773 se organizó un nuevo poblado como Parroquia, llamado El Rosario, y en 1780 recibiría el título de Villa. 12 años después, San José también obtendría el reconocimiento de Villa.

El inicio del siglo XIX empezó con bonanzas para la ciudad. Su mercado crecía, y el intercambio ya no solo era económico, también era cultural. Venezolanos, alemanes, catalanes, italianos, y árabes, se asentaban y negociaban en la región prometedora que utilizaba un pequeño puerto para enviar mercancía a las Islas del Caribe, a Barinas, y a Europa. Así mantuvo su armonía el Valle de Cúcuta hasta 1813 cuando declaró formalmente su independencia de España. La guerra entre el ejército patriótico y el español se libraba en ambas villas. Eso no solo dejó muertos, también perturbó el comercio de la región y nubló el crecimiento de su economía.

✓ *Hablando con palomino*

Recientemente, el equipo de Hagamos de Cúcuta, tuvo la oportunidad de entrevistar al Coronel José Luis Palomino (Encargado de la Policía Metropolitana de Cúcuta). Conocimos sobre su vida, sobre su carrera profesional, pero sobre todo: nos ilustró sobre algunas variables que giran en torno al tema de la migración venezolana.

Veamos

Como es de conocimiento de todos, Cúcuta ha sido una ciudad transitoria para los migrantes venezolanos. Se estima que los migrantes vienen a 3 cosas.

✓ *La guarida del concejo*

Como si de un cuento se tratase, existe un espacio (desapercibido para muchos) en el que se ataca directamente al ciudadano de a pie. Sí, al mismo que le toca levantarse desde temprano para tomar una buseta que lo lleve a su trabajo donde pasará las próximas horas del día desconectado de la realidad. Ese espacio, aunque no huele a feo ni se encuentra en condiciones estructurales deplorables, se planean las peores podredumbres para Cúcuta y sus habitantes. Así es, hablamos del Concejo Municipal de Cúcuta (Corporación que ha venido perdiendo su prestigio a causa de sus decisiones).

Como muchos saben, el Concejo Municipal es una “extensión” político administrativa que debería trabajar, articulada y armónicamente, con la Alcaldía. No obstante, las relaciones entre ambas partes se ven, algunas veces, truncadas por sus distintos márgenes políticos. Es así como pasa a volverse un “tire y jale” entre los mismos, una relación de poder (como dirían por ahí).

Últimamente, el Concejo Municipal de Cúcuta estuvo en boca de los ciudadanos por ciertas decisiones tomadas. Entre esas, la aprobación del impuesto de seguridad, la aprobación del crédito que sacó el Alcalde, y también, la concesión de alumbrado público que otorgaron a 30 años a una empresa privada. Por esta última razón, la Procuraduría para la moralidad pública ya empezó a notificarles la apertura de una investigación disciplinaria a los concejales que estuvieron de acuerdo en la concesión. Entre esos están: Oscar Angarita, Juan Felipe Corzo, Miguel Ángel Flórez, Ricardo Marthey, Bachir Mirep corona, Nelson Parada, entre otros.

✓ *¿Cuánto cuesta tu voto? ¿Cuál es el valor de tu consciencia?*

Muchos se preguntan ¿por qué existe gente que vende el voto? Quizás, a simple vista, solo pueden interpretar de ese hecho un acto de corrupción; pero se queden cortos pensando en las necesidades del que lo vende ¿Tendrá la barriga llena? ¿Sus hijos ya comerían? ¿Qué hará en su día a día, trabajará? Para esas personas la consciencia no les pesa mucho si deciden vender el voto. Pues, qué les va a pesar si de momento están recibiendo el pan del día, no están pensando en el hambre de mañana.

Los candidatos mañosos, esos que acostumbran a engañar a la gente con promesas falsas, han encontrado en la población vulnerable un nicho atractivo para alcanzar sus fechorías. En los incautos y hambrientos, es fácil llegar con refrigerios, actividad recreacional para niños, 10 puestos de trabajo prometidos para los líderes, y “ayudarles desde adentro” que es “de donde de verdad se puede”. Ese es el libreto que manejan con unos para conseguir sus votos. Con otros, con esos que se desinteresan de la política y sus candidatos, acuden a otro método: ofrecen dinero inmediato (20, 50, o 100 mil pesos (dependiendo de la necesidad el candidato)).

✓ *Destrucción de pasos informales en la frontera*

Se observa el paso informal por la frontera (foto de la policía nacional)

La Policía Metropolitana de Cúcuta destruyó decenas de pasos informales entre San Antonio y la parada de Villa del Rosario

José Luis palomino, actual coronel encargado de la ciudad motilona aseguro que con este tipo de medidas la ciudad se va a ver más organizada, puesto que solo los ciudadanos con documento de identidad podrán ingresar a la ciudad.

Aseguro que las fronteras tanto de Venezuela como Colombia van a tener la tranquilidad, puesto que quien transite por los puentes, debe presentar su respectiva documentación. Al mismo tiempo ordeno a los organismos de control, ingresar antecedentes de todas que ingresen o salgan de la ciudad. Hagamos de Cúcuta una ciudad segura.

✓ *Arrancaron las fotos multas en Cúcuta*

En la avenida cero con diagonal Santander donde se encuentra una de la cámara de las fotomultas a partir de ayer 3 de julio inició de forma sancionatoria.

Sorprendidos se encuentran los conductores de la ciudad de Cúcuta, al enterarse que a partir de hoy 2 de julio arrancaron las fotomultas.

Los conductores no entienden por qué la ciudad se permite iniciar con el proceso sancionatorio ya que hasta el momento no se ha implementado una etapa pedagógica que concientice a los conductores en las sanciones que puede presentar <a la hora de incumplirlas.

En las últimas horas la secretaria de tránsito envió un comunicado de prensa explicando uno a uno los puntos por los cuales puede ser sancionado.

✓ *Quiénes son las chicas F*

No son súper héroes como la mujer maravilla pero es como si lo fueran, mujeres empoderadas que aunque han tenido que pasar por muchas situaciones, siguen recorriendo el camino para sacar su vida adelante, sobre todo demostrar por qué la fortaleza siempre ha estado con ellas.

6500 Botellas se utilizaron para construir una casa comunitaria donde sus esposos y familiares, fueron ayudantes y testigos de la fe que estas mujeres líderes manejan donde buscan sacar adelante su proyecto de chicas F, mujeres que vienen de ser víctimas de la violencia, pero que día a día luchan por dejar lo malo atrás y sacar todas sus oportunidades adelante.

Diferentes labores identifican a estas talentosas líderes que explotan sus dones con manualidades, y trabajos, que las posicionan como gobernadoras de un proyecto, que todo el día crece como un movimiento. Las chicas F, son una combinación, de fortaleza, fe y fuerza.

- Plan de Gobierno

12 banderas representan la voluntad de un hombre dispuestas a cambiar la situación de una ciudad que día a día se hunde entre la corrupción y la violencia de la ciudad:

Cero Corrupción: Limpiar, desde la misma institucionalidad, todo funcionario negligente y presto para la corrupción.

Servicios públicos que sirvan al público: Modificar los contratos de operación con la finalidad de reducir el costo del servicio a los usuarios.

Universidad para atalaya: Crear una sede universitaria económicamente accesible para toda la comunidad de Juan Atalaya

Seguridad: Capacitar y fortalecer a la fuerza pública para que sean más eficientes y precisos en sus resultados

La vitrina de Colombia: Retomar y reforzar relaciones comerciales con el interior del país, y con los mercados extranjeros.

Cúcuta pavimentada: Renovar la malla vial de la ciudad en su totalidad (casco urbano y zona rural).

Catastro: Regular y formalizar, con transparencia, el acceso a la tierra.

Ambiente y sociedad: Implementar una política pública de cuidado y preservación ambiental, en la que se consideren los árboles como una infraestructura de salud pública.

Ríos limpios: Promover un proyecto de restauración fluvial que incluya ríos, cuencas, subcuencas y quebradas de Cúcuta.

Responsabilidad social empresarial: Trabajar mancomunadamente con la empresa privada en función de la labor social y comunitaria.

Gobierno local: Participación ciudadana alrededor de todas las decisiones administrativas y comunitarias que se piensen ejecutar. Comunidad, jac, jal, ediles, alcaldía.

Participación laboral: Fomentar las microempresas, las famiempresas, y las empresas comunitarias de economía solidaria. Además, fortalecer las iniciativas de emprendimiento en los sectores primarios, secundarios y terciarios de la economía.

4.1.2. Página Facebook

Mediante la página de Facebook se compartieron las preguntas dirigidas a las diferentes comunas de la situación para que por medio de la opinión pública se establecieran las necesidades presentadas.

4.1.3. Canal de Youtube

A través del Canal “Hagamos de Cúcuta” en el programa Desayunando con Hernando Acevedo se compartieron las experiencias, biografía y vida, plan de gobierno y actividades del candidato.

Este es un espacio creado solo para líderes y presidentes de las 10 comunas, enfocadas en proyectar sus problemáticas por parte de sus líderes, presidentas y ediles, la idea es visualizar sus inconformidades y darlas a conocer para toda la ciudad.

4.1.4. Conteo de Registro de Visitas

Con el portal de la plataforma de la página web se pueden visualizar datos como: Comunas registradas (11), conteo de votos mediante aprobación del candidato (2204) por los visitantes, líderes registrados (122).

4.1.5. Amigo 24/7

Espacio creado para establecer comunicación directa con la comunidad a través de un chat en el cual pueden manifestar quejas, reclamos y denuncias para el mejoramiento económico y social del municipio.

4.1.6. Folleto

Plegable entregado a la ciudadanía cucuteña a través de los líderes de las comunas esto con el fin de dar a conocer el plan de gobierno y perfil del candidato aspirante a la Alcaldía de Cúcuta.

4.1.7. Afiches Publicitarios

Imágenes del perfil de candidato, junto con su frase representativa “Hagamos de Cúcuta, una Gran Empresa”, enlace de la página web y redes sociales.

4.1.8. Canción de la campaña

Mediante la siguiente ficha técnica se da a conocer se presenta la letra representativa de la canción de la campaña.

Tabla 5. *Ficha Técnica-canción campaña*

| FICHA TÉCNICA | |
|---|--------------------|
| Nombre de la Canción | Motilón empresario |
| Dirección o realización | Carlos Vergel |
| Duración | 1,15 |
| Contenido | |
| <p>Mira a lo lejos un cucuteño Un motilón alegre y sincero Mira que sueña con una empresa Con calles nuevas y rutas nuevas</p> <p>Sueña que va a cambiar</p> | |

Toda nuestra ciudad
 Que nos entregará
 Una para empezar

 Una empresa que permita
 Que tenga lo que tú
 Sueñas
 Un trabajo establecido
 Que disfruten nuestros hijos
 Con salud que nos proteja y nos atienda pal que sea
 Pal papa o pa' la mamita
 Pal que un día lo necesita

 Y solo le pido a Dios
 Que entiendas mi proyección
 Mis promesas cumpliré
 Y a Cúcuta cambiare
 (hablado) dilo vamos dilo fuerte
 Dilo conmigo dilo fuerte

 Con Hernando Acevedo ganarán los cucuteños

Autor. Carlos Vergel.2019

4.1.9. Cuñas Radiales

Mediante la transmisión de cuñas radiales en las principales emisoras de la ciudad de Cúcuta, se compartieron frases para recordar el candidato Hernando Acevedo como sus principales ideales, estas cuñas radiales se grabaron con voces de diferentes líderes de las comunas.

Tabla 6. *Ficha Técnica –Cuña Radial*

| FICHA TÉCNICA | |
|----------------------|---------------|
| Emisora | Caracol Radio |
| Frecuencia | 100.7 |

| | | |
|--------------------------------|--|-------|
| Programa | Tropicana, bésame | |
| Dirección o realización | Andrés Guzmán | |
| Audiencia | Ciudadanía cucuteña | |
| Duración | 19 s | |
| Locutor 1 | Si somos responsables | 1 ½ s |
| Locutor 2 | Si cuidamos nuestros espacios | 1 ½ s |
| Locutor 3 | Si aprendemos a elegir | 1 ½ s |
| Locutor 1 | y si trabajamos en equipo | 1 ½ s |
| Locutor 2 | y amamos lo que hacemos | 2 s |
| Locutores | “Haremos de Cúcuta una gran empresa” | 2 s |
| Control | Entra “ canción frase célebre del candidato” Con Hernando Acevedo ganaran los cucuteños | 9 s |

Autor. Carlos Vergel.2019

Tabla 7. *Ficha Técnica –Cuña Radial*

| FICHA TÉCNICA | | |
|--------------------------------|---------------------------|-----|
| Emisora | Caracol Radio | |
| Frecuencia | 100.7 | |
| Programa | Tropicana, bésame | |
| Dirección o realización | Andrés Guzmán | |
| Audiencia | Ciudadanía cucuteña | |
| Duración | 30 s | |
| Locutor 1 | Ole toche, | 1 s |
| Locutor 2 | Quiubo mano cómo va todo? | 2 s |

| | | |
|------------------|---|------|
| | Pensando en la novia o que, | |
| Locutor 3 | No hermano soñando cuando será que Cúcuta va a cambiar, es que Cúcuta lo que necesita es empresa, trabajo, pero con esos candidatos corruptos que nos han robado siempre, entonces pa' que, | 11 s |
| Locutor 2 | Pues hermano, se lo tengo!, si lo hay, Hernando Acevedo | 3 s |
| Locutor 1 | Y quién es ese man? | 1 s |
| Locutor 2 | Ay papa! Un Cucuteño como usted y como yo, pero sueña y sabe, como hacer de Cúcuta Una Gran Empresa! | 7 s |
| Control | Entra “ canción frase célebre del candidato” ...”Con Hernando Acevedo ganaran los cucuteños”. | 5 s |

Autor. Carlos Vergel.2019

4.1.10. Entrevistas para evaluar la propuesta comunicativa

-Entrevista a Sebastián Corredor

Carlos Vergel: ¿Cómo le parece la página de “Hagamos de Cúcuta”?

Sebastián Corredor: Primero que todo, es una excelente herramienta virtual que nos sirve en la campaña. Se ha notado el trabajo realizado de todo el equipo, y hemos avanzado. Entonces, felicitar de manera muy especial a quienes organizan este proyecto, puesto que esta página ha tenido un crecimiento, y se nota en las visitas el proceso que se ha realizado y el trabajo que tiene la página.

CV: ¿Cómo le parece las actividades que se han ejecutado en la campaña?

SC: las actividades han sido de buen provecho porque han hecho que líderes, presidentes, y demás personas en general, vean en la campaña un proyecto social y nuevo para Cúcuta.

CV: ¿Cómo ve el desempeño de Carlos Vergel dentro de la campaña?

SC: Excelente, es una persona comprometida, y gracias a él y a su aporte positivo dentro de la campaña, es que se ven hoy en día los frutos de ese esfuerzo.

-Entrevista a Hernando Acevedo

Carlos Vergel: Don Hernando ¿Cómo le ha parecido la página de “Hagamos de Cúcuta”?

Hernando Acevedo: Me ha parecido una excelente página, ha sido de mucha ayuda para los cucuteños

CV: El folleto, el plan de gobierno, ¿Cómo lo ve usted para la ciudad?

HA: Excelente también, son proyectos muy viables para la ciudad, son realidades que a Cúcuta se le puede cumplir

CV: ¿Cómo le han parecido las actividades que se han venido ejecutando en la campaña?

HA: Excelente también, admirado de la receptividad que ha tenido con la gente, la gente ve este proyecto muy viable, y la verdad es que he sentido bastante el apoyo.

CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.2. CONCLUSIONES

- La página web es un vehículo para conocer e ilustrar las necesidades de la comunidad
- La comunicación a través de la página permite dar a conocer la agenda de temas propuesto por el candidato.
- La comunicación va más allá de una interacción simple y permite enlaces con otro tipo de manifestaciones populares modernas como el periodismo ciudadano
- La página web consolidar una imagen entre símbolos y rasgos distintivos del candidato.
- A nivel de contenidos la comunicación para el cambio social pondera la campaña
- La página permite propuestas de control social y acciones que controlan la imagen del candidato.
- El conocimiento del plan del gobierno proyecta el perfil del candidato
- Cúcuta necesita de nuevas agendas políticas para frenar el desencanto de las elecciones
- El trabajo es un aporte regional en el área del marketing

Durante el desarrollo de esta práctica en Comunicación para el Cambio Social se demostró la relación entre agenda, y políticas públicas como elementos claves para estudios de comunicación política más allá de análisis de campañas, marketing, etc.

Antes de iniciar este estudio se creía que a partir del discurso se establecían las agendas (ciudadana, política y de medios) pero a medida que se fue desarrollando y abordando las diferentes teorías expuestas en los capítulos anteriores, quedó en evidencia que son las agendas las que ayudan a la construcción de una política pública y que esto se logra gracias al discurso

que maneja cada uno de los actores ya sean gobiernos, medios, ciudadanos y grupos sociales, que inciden en el posicionamiento de las problemáticas que se presentan en una sociedad.

4.3. RECOMENDACIONES

Continuar con el apoyo a ideas de agendas políticas en la región debido a que esto contribuye a la participación de la ciudadanía como respuesta a problemáticas presentadas durante el diario vivir.

VI BIBLIOGRAFIA

Roth, A. (2003). Introducción para el análisis de las políticas públicas. Cuadernos de Administración No. 30, Universidad del Valle, diciembre, Cali.

D'Adamo & Garcia Beaudoux. (2006). Medios de comunicación de masas y percepción social de la inseguridad. Trabajo de investigación. Universidad de Belgrano y de Buenos Aires, Argentina. P 19-32.

Cuervo, J., Salazar, C., Jolly, J., Tournier, C., Roth, A y Vélz, G. (2007). Ensayos sobre políticas públicas. Universidad Externado de Colombia, Bogotá.

Universidad Externado de Colombia (2008). La comunicación política en perspectiva. Irma P. Fuentes.

Pontificia Universidad Javeriana (2011). Adriana M. Leiva. Formación de la agenda a partir de la política de primera infancia en Colombia.

Universidad del Valle, Santiago de Cali. (2011). Arabella Rodríguez. "Análisis del proceso de priorización de las apuestas productivas consideradas estratégicas para impulsar la competitividad y la innovación en el Valle del Cauca, desde la perspectiva de las políticas públicas".

Universidad Francisco de Paula Santander (2012). PEP- Proyecto Educativo del Programa de Comunicación Social.

Gina A. Bustos. (2013). La importancia de la agenda en la concepción de políticas públicas. Investigación de Trabajo de Grado. Universidad Tecnológica de Bolívar. Cartagena, D.T y C.

Universidad Externado de Colombia. Ordoñez-Matamoros, G. (2013). Manual de análisis y diseño de políticas públicas: conocimiento de y en el proceso de las políticas públicas para generar impacto. Bogotá.

Edgar. A. Niño. (2011). Prueba piloto campaña electoral. Congreso de ALAIC (Asociación Latinoamericana de investigadores de la comunicación). Montevideo. Uruguay.

Sam Hill, Glenn Rifkin. (2015). Marketing Radical. Libro publicado. Conocimiento Concentrado.

Natalia Aruguete (2016). El poder la Agenda. Política, medios y público.

Ortega & Gasset. (Madrid, 2016). Universidad Complutense de Madrid, Instituto Universitario de Investigación, Programa de Doctorado "Gobierno y Administración Pública. Gilberto S. Pantoja.

Universidad Central del Ecuador, Quito (2018). Cedeño Burgos, Erik Fernando Las Políticas Públicas de Infraestructura para Servicios Básicos de la Administración 2014-2019 del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Chone. Análisis de dichas Políticas Dirigidas a los Barrios Urbanomarginales de la Ciudad.

Página web creada para el desarrollo de la Agenda Política Campaña Hernando Acevedo/Alternativa Democrática. www.hagamosdecucuta.com