MANUAL DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

OFICINA DE PRENSA Y COMUNICACIONES

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN 6
CAPÍTULO PRIMERO: GENERALIDADES 7
1.1 OBJETIVO 7
1.2 ALCANCE 7
1.3 POLÍTICA DE COMUNICACIONES 7
1.4 MENSAJE CENTRAL DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE CAJICÁ 7
1.4.1 Alcance 7
CAPÍTULO SEGUNDO: ESTRUCTURA DE LA OFICINA DE PRENSA Y COMUNICACIONES 9
2.1 ORGANIGRAMA DE LA OFICINA DE PRENSA Y COMUNICACIONES 9
2.2 FUNCIONES DE LA OFICINA DE PRENSA Y COMUNICACIONES 9
2.3 CONSEJO DE REDACCIÓN 11
2.4 ENLACES DE PRENSA 11
CAPÍTULO TERCERO: CLASIFICACIÓN DE LOS PÚBLICOS DE INTERÉS 12
3.1 CLASIFICACIÓN DE LOS PÚBLICOS SEGÚN SU NIVEL DE INFLUENCIA E IMPACTO EN LA ALCALDÍA DE CAJICÁ 12
3.1.1 Alto poder – Alto interés 12
3.1.2 Bajo poder – Alto interés 15
3.1.3 Bajo poder – Bajo interés 16
3.2 PÚBLICOS DE INTERÉS SEGÚN SU TIPOLOGÍA 16
3.2.1 Públicos internos y comunicación interna 16
3.2.2 Públicos externos y comunicación externa 17
3.2.3 Esquema sobre la tipología de públicos 17
Tipo de público 17
Públicos internos 17
Públicos externos 17
CAPÍTULO CUARTO: PRODUCTOS Y CANALES DE COMUNICACIÓN 19
4.1 PRODUCTOS COMUNICATIVOS 19
4.1.1 Boletines de prensa 19
4.1.2 Boletines informativos impresos y/o digitales 19
4.1.3 Piezas gráficas 19
4.1.4 Revista y/o periódico de balance de gestión 19
4.1.5 Videoclips 19
4.1.6 Videos institucionales 19
4.1.7 Crónica 20

4.1.8 Perfil 20
4.1.9 Fotografía 20
4.1.10 Protectores de pantalla 20
4.1.11 Programas de radio 20
4.1.12 Cuñas y notas radiales 20
4.2 CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNOS 20
4.2.1 Carteleras impresas 21
4.2.2 Correo electrónico institucional 21
4.2.3 WhatsApp 21
4.2.4 Pantallas digitales y televisores 21
4.3 CANALES DE COMUNICACIÓN EXTERNOS 21
4.3.1 Página web 21
4.3.2 Redes sociales 22
4.3.2.1 Facebook 22
4.3.2.2 Twitter 22
4.3.2.3 Instagram 22
4.3.2.4 YouTube 22
4.3.2.5 Tik Tok 22
4.3.3 Medios locales, regionales y nacionales 23
4.3.4 Rendición pública de cuentas 23
CAPÍTULO QUINTO: POLÍTICA EDITORIAL Y DE CONTENIDO 24
5.1 OBJETIVO 24
5.2 GENERACIÓN DE CONTENIDO 24
5.2.1 Fuentes de información 24
5.2.2 Supervisión y publicación de contenidos 24
5.3 TIPO DE CONTENIDO 24
5.3.1 Contenido institucional 24
5.3.2 Normatividad 24
5.3.3 Contenido noticioso 24
5.3.4 Declaraciones públicas 24
5.3.5 Campañas de comunicación 25
5.3.6 Convocatorias 25
5.4 CRITERIOS PARA LA ELABORACIÓN DE CONTENIDO 25
5.4.1 Los contenidos deben ser institucionales y de interés general 25
5.4.2 Los contenidos deben ser entendibles, claros y de fácil uso 25
5.4.3 Los contenidos deben ser vigentes, oportunos y completos 25
5.4.4 Los contenidos no deben ser ofensivos ni discriminatorios 26

5.4.5 Los contenidos deben mantener la privacidad 26
5.4.6 Los contenidos deben observar el derecho de autor 27
CAPÍTULO SEXTO: PROTOCOLO PARA EL MANEJO DE REDES SOCIALES 28
6.1 PAUTAS Y RECOMENDACIONES GENERALES 28
6.1.1 Aspectos generales 28
6.1.2 Comportamiento ético 29
6.2.2 Redacción y ortografía 29
6.2 FACEBOOK 30
6.2.1 Página (Fan Page) 30
6.2.2 Programación de publicaciones 30
6.2.3 Monitoreo de medios 30
6.2.4 Galerías fotográficas 30
6.2.5 Divulgación de convocatorias 30
6.2.6 Transmisión en vivo 31
6.2.7 Respuestas a la ciudadanía 31
6.3 TWITTER 31
6.3.1 Publicaciones 31
6.3.2 Reacción ante situaciones eventuales 31
6.4 INSTAGRAM 31
6.4.1 Publicaciones 31
6.4.2 Fotografías 32
6.4.3 Piezas gráficas 32
6.4.4 Videoclips 32
6.5 YOUTUBE 32
6.5.1 Edición 32
6.5.2 Títulos y descripción 32
6.5.3 Comentarios 33
CAPÍTULO SÉPTIMO: SOLICITUDES A LA OFICINA DE PRENSA Y COMUNICACIONES POR PARTE DE OTRAS DEPENDENCIAS 34
7.1 REGLAS GENERALES 34
7.2 APOYO EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y PROTOCOLO 34
7.3 DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS 34
7.4 CUBRIMIENTO PERIODÍSTICO 34
7.5 REALIZACIÓN DE VIDEOS Y GRABACIÓN DE CUÑAS 34
CAPÍTULO OCTAVO PROTOCOLO PARA EL MANEJO DE CRISIS DE COMUNICACIÓN Y VOCERÍA 36
8.1 OBJETIVO 36
8.2 SITUACIONES QUE GENERAN CRISIS 36

8.3 PASOS A SEGUIR PARA ENFRENTAR LA CRISIS 37
8.3.1 Analizar la situación 37
8.3.2 Planear la respuesta 37
8.3.3 Seguimiento 38
8.4 VOCEROS 38
8.5 RECOMENDACIONES PARA ACTUAR FRENTE A LA CRISIS 38
MARCO NORMATIVO 40

INTRODUCCIÓN

La información y la comunicación juegan un papel fundamental en la gobernabilidad, ya que tienen por objeto visibilizar la gestión administrativa y establecer un vínculo de largo plazo con la comunidad basado en la confianza, la lealtad, la satisfacción de la ciudadanía y en una percepción positiva de esta, frente a la administración.

En este sentido, el Manual de Información y Comunicación establece las normas y los lineamientos con base en los cuales los colaboradores de la Alcaldía Municipal de Cajicá, especialmente quienes integran la Oficina de Prensa y Comunicaciones, deben gestionar la información y la comunicación con el propósito de fortalecer el proceso de comunicación pública de la entidad y de lograr el cumplimiento de su misión.

En conclusión, este manual pretende difundir acciones y crear mecanismos para que los servidores públicos y la comunidad se convierten no solamente en receptores de información, sino en actores participativos que generen retroalimentación para la toma de decisiones en la entidad.

CAPÍTULO PRIMERO: GENERALIDADES

1.1 OBJETIVO

El Manual de Información y Comunicación de la Alcaldía Municipal de Cajicá tiene como objetivo establecer las normas y los lineamientos con base en los cuales los colaboradores de la entidad deben gestionar la comunicación interna y externa de la entidad.

Esto permitirá alcanzar dos propósitos específicos: en primer lugar, generar una cultura de la comunicación que garantice los flujos de información al interior de la entidad y promueva en los servidores públicos su sentido de pertenencia. Y, en segundo lugar, fortalecer el proceso de comunicación pública de la alcaldía en relación con sus públicos externos.

Este manual es un documento de consulta para entender el funcionamiento de los canales de comunicación de la Alcaldía Municipal de Cajicá, la realización de los productos comunicativos y, en general, la manera en la que se gestionan la comunicación y la información institucional.

1.2 ALCANCE

Este manual aplica para todas las comunicaciones internas y externas que divulguen la gestión de la Alcaldía Municipal de Cajicá, a través de los diferentes medios y/o canales de información. Por lo tanto, es de estricto cumplimiento por parte de todos los colaboradores de la entidad.

1.3 POLÍTICA DE COMUNICACIONES

El equipo humano de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones y los voceros de la Alcaldía Municipal de Cajicá deben transmitir mensajes claros, de calidad, pertinentes, de interés general y cercanos a la ciudadanía. Los mensajes deben estar en sintonía con la misión, la visión y los objetivos de la entidad; así como con los lineamientos de este manual y las directrices del Plan de Desarrollo Municipal.

1.4 MENSAJE CENTRAL DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE CAJICÁ

El mensaje central es una frase o conjunto de frases que identifican a la Alcaldía Municipal de Cajicá y le permiten difundir de manera clara, precisa, contundente y asertiva el enfoque de la entidad, la misión, la visión y los objetivos estratégicos. Su uso frecuente en diferentes escenarios, actividades y eventos será clave para posicionarla ante la opinión pública.

1.4.1 Alcance

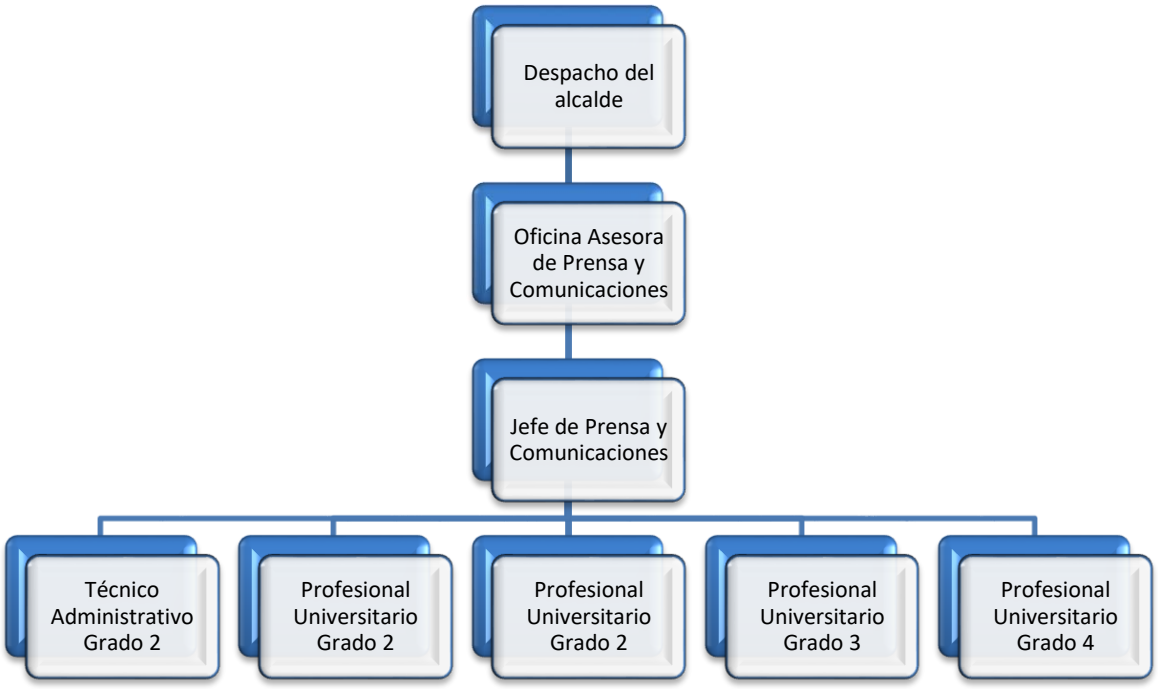
Si bien es cierto que cada cuatro años se realizan elecciones de alcaldía, es importante que el mensaje central que adopte cada Administración Municipal sea utilizado en todos los productos comunicativos que genere la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones, en los eventos institucionales, en las entrevistas que los medios de comunicación hagan al alcalde y los secretarios de despacho, así como también durante el desarrollo de los planes, programas y proyectos que realice la Alcaldía Municipal de Cajicá.

Por lo tanto, es necesario que todos los servidores públicos de la entidad, los contratistas y las entidades descentralizadas conozcan y se apropien del mensaje central, de tal manera que se fortalezca el sentido de pertenencia y se genere una comunicación coherente con el enfoque, la misión, la visión y los objetivos estratégicos de la Administración Municipal.

CAPÍTULO SEGUNDO: ESTRUCTURA DE LA OFICINA ASESORA DE PRENSA Y COMUNICACIONES

2.1 ORGANIGRAMA DE LA OFICINA ASESORA DE PRENSA Y COMUNICACIONES

La Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones depende directamente del Despacho del alcalde. Cuenta con un funcionario de libre nombramiento y remoción, que es el jefe de Prensa y Comunicaciones; y cinco funcionarios de planta con el siguiente perfil: un técnico administrativo y cuatro profesionales universitarios. En la siguiente gráfica se observa la estructura de ladependencia.



La oficina también cuenta con el apoyo de tres personas vinculadas mediante orden de prestación de servicios: un comunicador social y periodista, un diseñador gráfico y un realizador audiovisual.

En total, el talento humano de la Oficina de Prensa y Comunicaciones está integrado por nueve personas, quienes se encargan de cumplir con las funciones que le corresponden a la dependencia.

2.2 FUNCIONES DE LA OFICINA DE PRENSA Y COMUNICACIONES

Son responsabilidades de la Oficina de Prensa y Comunicaciones:

- Planear, formular, coordinar y desarrollar la política de información y comunicación interna y externa de la Administración Municipal.

- Facilitar y fortalecer la comunicación de la Alcaldía de Cajicá con sus públicos internos y externos.

- Planear, administrar y desarrollar programas, medios e instrumentos de información permanente para informar a la comunidad sobre la gestión de la Administración Municipal.

- Planear, organizar, dirigir y ejecutar acciones encaminadas al posicionamiento y fortalecimiento de la imagen corporativa del Municipio de Cajicá ante organismos de nivel territorial, entidades sociales y la opinión pública.

- Coordinar y apoyar los procesos de relaciones públicas y protocolo para el desarrollo de eventos y acciones a nivel institucional y/o por dependencias.

- Desarrollar los procesos relacionados con el diagnóstico e identificación de necesidades en materia de comunicación, información, promoción y publicidad para la elaboración de planes de comunicación, publicidad y relaciones públicas.

- Organizar, coordinar y desarrollar los procesos relacionados con la canalización, unificación y oficialización de flujos de información institucional a nivel municipal hacia los medios de comunicación masiva en el ámbito local, regional y nacional.

- Diseñar e implementar la estrategia de comunicación digital de la Alcaldía de Cajicá.

- Organizar, coordinar y desarrollar los procesos relacionados con la asesoría, consecución y manejo de los elementos de soporte gráfico, audiovisual e informativo.

- Velar por la organización y coordinación editorial de los medios informativos impresos y digitales de la Alcaldía de Cajicá.

- Asesorar a las dependencias de la Administración Municipal en la elaboración de términos de contratación en materia de sistemas de comunicación audiovisual o impresa.

- Asesorar el diseño y producción de los sistemas de comunicación gráfico, audiovisual e impresa que requiera la Administración Municipal.

- Asesorar a la alta dirección en temas y asuntos de comunicación.

- Recomendar al Despacho del Alcalde acciones que fortalezcan las relaciones públicas para contribuir al mejoramiento de la imagen corporativa de la entidad.

- Dirigir los procesos de coordinación periodística, cubrimiento informativo, diseño y divulgación de boletines, periódicos, gaceta municipal y noticieros, sobre la marcha de la Administración Municipal.

- Aplicar y evaluar mecanismos de monitoreo de la opinión pública sobre la política, gestión y actividades de la Administración Municipal.

2.3 CONSEJO DE REDACCIÓN

El Consejo de redacción integrado por todo el equipo de trabajo de la oficina incluyendo enlaces de prensa y dirigido por el jefe de Prensa y Comunicaciones se reunirá por lo menos una vez al mes, con soporte de acta de reunión, con tres objetivos: primero, socializarlas actividades que realizará la Alcaldía Municipal de Cajicá en el transcurso de la semana; segundo, asignar los responsables del cubrimiento periodístico; y tercero, determinar el enfoque y el tipo de producto comunicativo que se debe realizar.

La Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones solo atenderá las solicitudes de cubrimiento periodístico y protocolo de los eventos institucionales de la Alcaldía Municipal de Cajicá, cuando los enlaces de prensa lo soliciten con antelación en el formato de brief oficial y de acuerdo con los plazos establecidos.

2.4 ENLACES DE PRENSA

En cada secretaría y entidad descentralizada habrá un funcionario o contratista que será el enlace de prensa y tendrá las siguientes responsabilidades:

- Ser el contacto directo de su dependencia con la Oficina de Prensa y Comunicaciones.
- Solicitar el apoyo de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones para la organización del protocolo y el cubrimiento periodístico de las actividades que realizará su dependencia o entidad descentralizada.
- Remitir la información que solicite la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones sobre su dependencia o entidad descentralizada.
- Realizar el registro fotográfico, escrito y de video de las actividades de su dependencia o entidad descentralizada a las que, por volumen de trabajo o cuando se presenten actividades alternas, no pueda asistir la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones.
- Escribir boletines de prensa, edición de video, grabación de cuñas y demás archivos que sean requeridos por la secretaría o entidad descentralizada a la cual está asignado.
- Diligenciar el brief de solicitud consolidando la información que sea entregada por la secretaría o entidad descentralizada a la cual está asignado.
- Apoyar el diligenciamiento de los documentos de protocolo para la ejecución de eventos donde se muestre la gestión institucional y esté presente el mandatario municipal.
- Asistir a los consejos de redacción convocados por el jefe de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones y cumplir los compromisos adquiridos en cada una de ellas.
- Diligenciar los formatos establecidos en el proceso de gestión de comunicaciones y cumplir con los lineamientos y parámetros del mismo.
- Apoyar a la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones en los diferentes eventos masivos y seguir las instrucciones dadas por la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones.

CAPÍTULO TERCERO: CLASIFICACIÓN DE LOS PÚBLICOS DE INTERÉS

Los públicos de la Alcaldía Municipal de Cajicá son aquellos que están involucrados en los planes, programas, proyectos e iniciativas del Plan de Desarrollo Municipal y que recurren a los servicios que ofrece la entidad; así como todas las personas interesadas en mantenerse informadas acerca de la gestión y los resultados de la Administración. Ellos son los destinatarios de las actividades de comunicación interna y externa que realiza la Oficina de Prensa y Comunicaciones.

Los públicos de la Alcaldía se clasifican de dos maneras. La primera, teniendo en cuenta el grado de influencia e impacto que tienen en la entidad; y la segunda, considerando si son internos o externos.

3.1 CLASIFICACIÓN DE LOS PÚBLICOS SEGÚN SU NIVEL DE INFLUENCIA E IMPACTO EN LA ALCALDÍA DE CAJICÁ

En este apartado, los públicos se han clasificado teniendo en cuenta la información suministrada por cada uno de los procesos y sus secretarías, las cuales identifican a sus grupos poblacionales dentro del municipio, sus necesidades y expectativas en relación a temas informativos sobre la gestión que realiza la entidad.

3.1.1 Alto poder – Alto interés

Estos públicos tienen alto nivel de impacto e influencia en la Alcaldía Municipal de Cajicá y alto interés en estar al tanto de las decisiones que toma la entidad y de sus resultados en la gestión. Aquí encontramos los siguientes actores:

ALTO PODER – ALTO INTERÉS								
Impacto	**Parte interesada**	**Interna**	**Externa**	**Influencia**	**Necesidades**	**Expectativas**	**Cubierto**	**Observación**
Alto impacto	**Mujeres**	X	X	ALTA	información de la oferta institucional de programas sociales y demás beneficios	Obtener de manera oportuna beneficios de los programas, actividades y convocatorias para compartir con su grupo poblacional.	SI	Se cumple con las expectativas a través de las publicaciones y desarrollando estrategias a por medio del consejo consultivo de mujeres y la Secretaría de Desarrollo Social
Alto impacto	**Jóvenes**	X	X	ALTA	Información de la oferta institucional de programas sociales y demás beneficios	Obtener de manera oportuna beneficios de los programas, actividades y convocatorias relacionados con su grupo poblacional.	SI	Se cumple con las expectativas a través de las publicaciones y desarrollando estrategias a por medio de la dirección de Juventudes

ALTO PODER – ALTO INTERÉS								
Impacto	**Parte interesada**	**Interna**	**Externa**	**Influencia**	**Necesidades**	**Expectativas**	**Cubierto**	**Observación**
Bajo impacto	**Concejales**		x	ALTA	Información sobre convocatorias y actividades de interés para la comunidad	Obtener de manera oportuna beneficios de los programas, actividades y convocatorias relacionados con su grupo poblacional.	SI	Se comparte a través de grupo de WhatsApp la información más importante de acuerdo a sus necesidades
Bajo impacto	**Juntas de Acción Comunal**		X	ALTA	Información de la oferta institucional de programas sociales y demás beneficios		SI	Se comparte a través de grupo de WhatsApp la información más importante de acuerdo a sus necesidades
Bajo impacto	**Fundaciones de los derechos de los animales**		X	BAJA	información de la oferta institucional de programas ambientales y demás relacionados con el tema de tenencia responsable de animales	Obtener de manera oportuna beneficios de los programas, actividades y convocatorias relacionados con su grupo poblacional.	SI	Se comparte a través de grupo de WhatsApp la información más importante de acuerdo a sus necesidades
Bajo impacto	**Rectores y profesores**		X	ALTA	Información de la oferta institucional educativa y relacionados con los temas de interés para los estudiantes.	Obtener de manera oportuna beneficios de los programas, actividades y convocatorias relacionados con su grupo poblacional.	SI	Se comparte Información por medio de la Secretaría de Educación a través de correo electrónico
Bajo impacto	**Funcionarios administración municipal**	X		ALTA	Información de la oferta institucional de programas sociales y demás beneficios	Obtener de manera oportuna beneficios de los programas, actividades y convocatorias para compartir con su grupo poblacional.	SI	Mediante oficios y/o correos electrónicos y publicaciones en redes sociales y/o página web.

ALTO PODER – ALTO INTERÉS								
Impacto	**Parte interesada**	**Interna**	**Externa**	**Influencia**	**Necesidades**	**Expectativas**	**Cubierto**	**Observación**
Medio Impacto	**Productores agropecuarios**		X	BAJA	Procedimientos, novedades, respuesta a solicitudes entre otros, que se generen en la Secretaría	Obtener de manera oportuna beneficios de los programas, actividades y convocatorias para compartir con su grupo poblacional.	SI	Mediante oficios y/o correos electrónicos y publicaciones en redes sociales y/o página web.
Bajo impacto	**Empresarios - emprendedores**		X	BAJA	Información de la oferta institucional de programas sociales y demás beneficios	Obtener de manera oportuna beneficios de los programas, actividades y convocatorias para compartir con su grupo poblacional.	SI	A través de campañas en redes sociales y correo
Alto impacto	**Comerciantes**		X	ALTA	Información de la oferta institucional de programas sociales y demás beneficios	Obtener de manera oportuna beneficios de los programas, actividades y convocatorias para compartir con su grupo poblacional.	SI	A través de campañas en redes sociales y estrategias presenciales en establecimientos de comercio
Alto impacto	**Instituciones oficiales locales, regionales, departamentales y**		X	ALTA	Informes, solicitudes, programas, proyectos y demás necesidades por parte de la administración para dar cumplimiento al plan de desarrollo.	Entregar oportunamente las necesidades de los entes gubernamentales y de la administración municipal.	SI	A través de correos o demás mecanismos que sean exigidos por la parte interesada.

La comunicación con estos grupos de ciudadanos debe ser clara y permanente a través de todos los medios, canales e instrumentos de comunicación e información de la Alcaldía Municipal de Cajicá. La entidad debe promover su participación en reuniones y jornadas de socialización sobre temas de su interés, con el propósito de que participen en la toma de decisiones sobre los asuntos que los involucran.

3.1.2 Bajo poder – Alto interés

Estos públicos tienen bajo poder de influencia en la Alcaldía Municipal de Cajicá, pero están interesados en conocer la información que genera la entidad ya que se benefician de sus programas, planes y proyectos. Aquí encontramoslos siguientes actores:

ALTO PODER – ALTO INTERÉS								
Impacto	**Parte interesada**	**Interna**	**Externa**	**Influencia**	**Necesidades**	**Expectativas**	**Cubierto**	**Observación**
Alto impacto	**Adulto Mayor**		x	Baja	Información de la oferta institucional deprogramas y beneficios	Dar a conocer toda la información relacionada sobre los programas de la Secretaría de Desarrollo Social	SI	Se realiza publicaciones en medios digitales para familiares y se crean estrategias de comunicación presencial teniendo en cuenta el público
Medio Impacto	**Población en condición de discapacidad**		x	Baja	Información de la oferta institucional deprogramas y beneficios	Dar a conocer toda la información relacionada sobre los programas de la Secretaría de Desarrollo Social	SI	Se realiza publicaciones en medios digitales para familiares y se crean estrategias de comunicación presencial teniendo en cuenta el público
Alto impacto	**Deportistas**		x	Baja	Información de la oferta institucional deprogramas y beneficios	Dar a conocer toda la información relacionada	SI	Se maneja la información a través de los canales del Instituto Municipal de Deportes
Alto impacto	**Artistas**		x	Baja	Información de la oferta institucional deprogramas y beneficios	Dar a conocer toda la información relacionada	SI	Se maneja la información a través de los canales del Instituto Municipal de Cultura
Medio impacto	**Sector de la salud**		x	Baja	Información relacionada con sucampo y directricesde operación	Dar a conocer toda la información relacionada	SI	Se maneja la información a través de la cuenta de Facebook de la Secretaría de Salud y en comunicación directa con las entidades prestadoras de salud.

Alto impacto	**Infancia y Adolescencia**		x	Baja	información de la oferta institucional deprogramas y beneficios	Dar a conocer toda la información relacionada por medio de la Secretaria de Desarrollo Social	SI	Realizar publicaciones en medios digitales interactivas teniendo en cuenta el público
Alto impacto	**Estudiantes**		x	Baja	información de la oferta institucional deprogramas y beneficios	Dar a conocer toda la información relacionada por medio de la Secretaria de Educación	SI	Realizar publicaciones en medios digitales interactivas teniendo en cuenta el público
Bajo Impacto	**Víctimas del conflicto armado**		x	Baja	información de la oferta institucional deprogramas y beneficios	Dar a conocer toda la información relacionada	SI	Teniendo en cuenta el público se maneja cuidadosamente la información, no se publican fotos y se evitar poner en exposición a dicho público

Es importante mantener informados a estos grupos de ciudadanos de manera regular a través de todos los medios, canales e instrumentos de comunicación e información disponibles en la entidad, de tal manera que se fomente su participación en la toma de decisiones sobre los temas que los involucran.

3.1.3 Bajo poder – Bajo interés

- Empresarios
- Sacerdotes, pastores y líderes religiosos

El interés y el nivel de influencia de estos públicos en la Administración Municipal es bajo. Sin embargo, se les deben comunicar las decisiones que se tomen en los diferentes proyectos en los que ellos se puedan ver involucrados directa o indirectamente. Además, pueden ser convocados a participar en las actividades desarrolladas por la Alcaldía Municipal.

3.2 PÚBLICOS DE INTERÉS SEGÚN SU TIPOLOGÍA

3.2.1 Públicos internos y comunicación interna

La comunicación interna se refiere a todos los procesos de circulación de información, interacción y diálogo que se generan al interior de la Alcaldía Municipal de Cajicá, es decir, entre sus dependencias.

Gestionar la comunicación interna es clave porque facilita el trabajo en equipo y permite la articulación de esfuerzos para cumplir la misión, la visión y los objetivos de la entidad. En este sentido, la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones se encargará de proponer y realizar planes y campañas de comunicación interna que ayuden a:

- Conocer y apropiar la misión, visión, valores, objetivos y políticas de la Alcaldía Municipal de Cajicá.
- Mejorar el flujo de información y los procesos de comunicación entre todas las dependencias de la entidad (secretarías del despacho, direcciones y oficinas).
- Divulgar el Plan de Desarrollo Municipal entre todos los colaboradores.
- Fortalecer el sentido de pertenencia de los colaboradores hacia la Alcaldía.
- Fortalecer las habilidades comunicativas de los responsables de la vocería de la entidad ante los medios de comunicación.
- Divulgar las actividades internas de bienestar que realice la Dirección de Gestión Humana.

3.2.2 Públicos externos y comunicación externa

La comunicación externa se refiere a los procesos de circulación de información y de interacción que se generan con los públicos externos de la Alcaldía Municipal de Cajicá, como las comunidades, las juntas de acción comunal, los entes de control, los empresarios, las organizaciones sociales, las autoridades locales y, en general, todos los actores involucrados directamente en el Plan de Desarrollo Municipal. En este sentido, la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones desarrollará acciones que contribuyan a:

- Proyectar y posicionar la imagen de la Alcaldía Municipal de Cajicá en medios de comunicación externos y en la comunidad en general.
- Fortalecer la reputación de la entidad en los públicos externos.
- Generar confianza y valor en los grupos de interés a través de los medios impresos, digitales y audiovisuales.
- Crear un clima de opinión favorable en la ciudadanía con relación a los servicios, actividades, planes, programas y proyectos de la Alcaldía.
- Realizar monitoreo a las publicaciones que realizan los medios de comunicación locales, regionales y nacionales acerca del municipio de Cajicá.

3.2.3 Esquema sobre la tipología de públicos

	Tipo de público	
Nivel de influencia	**Públicos internos**	**Públicos externos**
Alto poder/ Alto interés	• Funcionarios de carrera administrativa • Funcionarios de libre nombramiento y remoción • Contratistas	• Mujeres - Consejo Consultivo de Mujeres • Jóvenes - Oficina de Juventudes • Consejo Territorial de Planeación • Concejales • Veedurías ciudadanas • Juntas de Acción Comunal • Fundaciones protectoras de los derechos de los animales • Rectores y profesores • Instituciones oficiales locales, regionales, departamentales y nacionales.
Bajo poder/ Alto interés		• Adulto Mayor • Población en condición de discapacidad • Víctimas del conflicto armado • Deportistas • Artistas • Sector de la salud • Comerciantes • Familias campesinas • Infancia y Adolescencia • Estudiantes
Bajo poder/ Bajo interés		• Empresarios • Sacerdotes, pastores y líderes religiosos

CAPÍTULO CUARTO: PRODUCTOS Y CANALES DE COMUNICACIÓN

4.1 PRODUCTOS COMUNICATIVOS

La Oficina de Prensa y Comunicaciones genera productos comunicativos de diferente tipo y en diferentes formatos, para comunicar la gestión que realiza la Alcaldía Municipal de Cajicá. Estos productos se publican en los canales de comunicación oficiales de la alcaldía y, en algunos casos, se envían a medios locales, regionales y nacionales.

4.1.1 Boletines de prensa

Se utilizan para divulgar información a la comunidad y medios de comunicación sobre las actividades, planes, programas y proyectos de la alcaldía; y para hacer declaraciones en momentos de crisis o dar a conocer la posición oficial de la entidad frente a un tema o asunto específico.

4.1.2 Boletines informativos impresos y/o digitales internos

Son piezas impresas o digitales que dan cuenta de la gestión y de las actividades institucionales que realiza la alcaldía, y se distribuyen entre sus públicos de interés. Los boletines impresos se ubican en las oficinas de las entidades públicas de Cajicá y los digitales a través de correo electrónico. En su diseño predomina el uso de fotografías, cifras y textos noticiosos breves.

4.1.3 Piezas gráficas

Se diseñan con el objetivo de divulgar información sobre los servicios y trámites a los que pueden acceder los ciudadanos en la alcaldía, las actividades o eventos oficiales, las campañas que realicen las dependencias de la entidad y, en general, cualquier tipo de información de interés para los públicos internos y externos.

4.1.4 Revista y/o periódico de balance de gestión

Se elabora al final de cada año para informar a la ciudadanía sobre los avances, logros y resultados de la gestión que realizan la Alcaldía Municipal de Cajicá y las entidades descentralizadas (Instituto Municipal de Vivienda, Instituto Municipal de Recreación y Deporte, Instituto Municipal de Cultura y Turismo, Empresa de Servicios Públicos de Cajicá y ESE Hospital Profesor Jorge Cavelier). En su diseño predomina el uso de fotografías, cifras y textos noticiosos breves.

4.1.5 Videoclips

Son piezas audiovisuales de carácter noticioso e informativo que se producen con base en un guion. Son breves, dinámicas y de lenguaje sencillo para captar la atención del público. Pueden llevar entrevistas o testimonios y se sugiere que la duración no exceda los dos minutos.

4.1.6 Videos institucionales

Estas piezas audiovisuales tienen mayor duración, se realizan con base en un guion y su objetivo es divulgar información sobre las actividades, servicios, planes, programas y proyectos de las diferentes dependencias de la

Alcaldía Municipal de Cajicá. Se sugiere que su duración no exceda los cinco minutos y que en su realización se haga uso de todos los recursos del lenguaje audiovisual.

4.1.7 Crónica

Es un formato periodístico que se utiliza para narrar la historia de una persona o de un acontecimiento. Se utilizará para exaltar historias de vida de habitantes de Cajicá y de comunidades que han resultado beneficiadas de las actividades, servicios, planes, programas y proyectos de la alcaldía; o acontecimientos positivos que ha liderado la entidad.

4.1.8 Fotografía

El registro fotográfico se realiza durante el desarrollo de las actividades y eventos relacionados con los planes, programas y proyectos que lidera la entidad. Este material es clave para divulgar información institucional y para preservar la memoria visual de la Alcaldía Municipal de Cajicá.

4.1.9 Protectores de pantalla

Se personalizan cada vez que sea necesario con información institucional de interés para todos los colaboradores de la alcaldía, como por ejemplo la misión y la visión de la Alcaldía Municipal de Cajicá, sus objetivos estratégicos, los objetivos de calidad, el mapa de procesos, campañas internas, actividades para los servidores públicos, etc. El diseño de los protectores de pantalla los realizará la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones y serán publicados por la Secretaría de TIC-CTEI en los computadores oficiales de la alcaldía.

Podcast

Son una serie de contenidos grabados en audio y transmitidos en línea. Estos pueden ser grabados en diferentes formatos, como por ejemplo entrevistas o conversatorios sobre un tema específico, que involucre la gestión institucional.

4.1.10 Cuñas y notas radiales

Se realizan para divulgar información a través del servicio de perifoneo, sobre los eventos y actividades institucionales de interés para la comunidad**.** Son piezas dinámicas y de breve duración. La Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones se encargará únicamente de la producción de la pieza auditiva, la reproducción y difusión no estará a cargo del área ya que no cuenta con los equipos ni el vehículo para prestar dicho servicio.

4.2 CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNOS

La Alcaldía Municipal de Cajicá tiene varios canales oficiales de comunicación, en los cuales se publican los productos comunicativos con los que se divulga la información institucional.

Los canales internos son aquellos que se utilizan al interior de la entidad y están dirigidos especialmente a sus colaboradores, como ocurre con el correo electrónico, los grupos de WhatsApp y los protectores de pantalla. Sin embargo, también habrá contenido para los ciudadanos que visiten el edificio central de la alcaldía y sus sedes, a través de las carteleras impresas, los televisores y pantallas.

4.2.1 Correo electrónico institucional

Se utilizará para tramitar asuntos exclusivamente de carácter institucional. Es una herramienta clave para facilitar la comunicación entre dependencias y para socializar información acerca de los eventos institucionales, jornadas de capacitación y actividades para los funcionarios. La Oficina de Prensa y Comunicaciones solicitará a TIC la base de datos de correos electrónicos de todos los colaboradores de la entidad para realizar campañas de mailing.

4.2.2 WhatsApp

La Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones creará y administrará los grupos de WhatsApp de funcionarios, contratistas y enlaces de prensa. También podrá crear otros grupos que considere necesarios. La información que se envíe através de esta red social tendrá carácter exclusivamente institucional. No se compartirán cadenas ni información comercial o con tintes políticos o religiosos. Los asuntos de carácter formal no se tramitarán por este medio sino através del correo electrónico institucional.

4.2.3 Pantallas digitales y televisores

En las pantallas digitales y televisores se publicarán las piezas gráficas y audiovisuales con información de interés para los ciudadanos que visitan la Alcaldía Municipal de Cajicá o sus sedes. La Oficina de Prensa y Comunicaciones enviará el material que debe ser publicado a la Dirección de TIC, quien es la encargada de esta labor.

4.3 CANALES DE COMUNICACIÓN EXTERNOS

Son aquellos que utiliza la entidad para comunicar la información institucional a sus públicos externos. Aquí se encuentran las redes sociales, rompe tráfico, vallas, eucoles, perifoneo, volantes, móviles y los medios de comunicación locales, regionales y/o nacionales.

4.3.1 Página web

La página oficial de la Alcaldía Municipal de Cajicá es www.cajica.gov.co. Los ciudadanos pueden encontrar toda la información institucional que es de obligatoria divulgación para la ciudadanía, según la Ley de Transparencia y Acceso a la información Pública. Incluso, pueden realizar algunos trámites de manera virtual, lo cual ayuda a fortalecer la estrategia de gobierno digital. La administración de la página web institucional está a cargo de la Secretaría de TIC-CTEI.

4.3.2 Redes sociales

La Alcaldía Municipal de Cajicá tiene cuentas oficiales en Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y TikTok. Su administración es responsabilidad de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones y ninguna secretaría o dependenciade la entidad podrá crear otras cuentas. Tampoco se publicará en ellas contenido de tinte político, religioso o que resulte ofensivo para la comunidad.

4.3.2.1 Facebook

La cuenta oficial de la entidad en esta red social es Alcaldía Municipal de Cajicá y es administrada por la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones. Allí se publicarán las piezas gráficas, comunicados de prensa, material audiovisualy todos los productos comunicativos que la oficina considere necesario y que sean de interés para la ciudadanía.

Los comentarios que hagan los usuarios a través de esta red social, se remitirána la dependencia que corresponda para darles respuesta. En las publicaciones siempre se utilizará un lenguaje cortés, cercano y respetuoso con todas las personas.

4.3.2.2 Twitter

La cuenta institucional de la alcaldía en Twitter es @alcajica. Allí se publicará contenido oficial de la entidad teniendo en cuenta que esta red social privilegia el texto, aunque también permite el uso de imagen y video.

4.3.2.3 Instagram

En esta red social se publicarán especialmente fotografías, clips de video y piezas gráficas. El contenido debe ser dinámico y llamativo teniendo en cuenta las características de la red social y el tipo de público que la utiliza. La cuenta oficial de la entidad es @alcajica.

4.3.2.4 YouTube

Esta plataforma se utiliza para alojar todos los videos institucionales que realice la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones y que ayuden a preservar la memoria audiovisual de la entidad. La cuenta oficial en esta red social es Alcaldía Municipal de Cajicá.

4.3.2.5 TikTok

Esta nueva plataforma se utiliza para crear vídeos dinámicos realizados por la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones de acuerdo a las tendencias y que estén relacionados a las tendencias de la misma plataforma, con el objetivo de llegar a nuevos públicos y generar contenido viral de la administración municipal.

4.3.3 Medios locales, regionales y nacionales

No son canales propios de la alcaldía, pero la entidad recurre a ellos para publicar información institucional a través de free press o mediante el contrato de plan de medios.

4.3.4 Rendición pública de cuentas

Es un espacio para la socialización de los resultados de la gestión de la Alcaldía Municipal de Cajicá, es decir, de sus planes, programas, proyectos y, en general, del nivel de cumplimiento del Plan de Desarrollo del municipio. La Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones se encarga de la divulgación masiva de esta actividad para garantizar la participación de todos los sectores sociales y públicos de interés de la entidad. La rendición pública de cuentas se realiza cada año.

CAPÍTULO QUINTO: POLÍTICA EDITORIAL Y DE CONTENIDO

5.1 OBJETIVO

Establecer los parámetros y lineamientos que se deben tener en cuenta para realizar publicaciones en los canales de comunicación de la Alcaldía Municipal de Cajicá, con el propósito de ofrecer información oportuna a los ciudadanos sobre la gestión de la entidad y los servicios a los que pueden acceder, en aras de cumplir con las directrices de la estrategia de Gobierno Digital y de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

5.2 GENERACIÓN DE CONTENIDO

5.2.1 Fuentes de información

La información con la cual se generan los contenidos proviene de las secretarías y direcciones de la Alcaldía Municipal de Cajicá, así como también de las entidades descentralizadas. También son fuentes de información todos los ciudadanos que se benefician de las actividades, planes, programas y proyectos que ejecuta la Alcaldía Municipal de Cajicá.

5.2.2 Supervisión y publicación de contenidos

El jefe de Prensa y Comunicaciones es el responsable de supervisar y aprobar los contenidos que serán publicados o, en su defecto, el funcionario al que delegue. Luego de tener el visto bueno, los contenidos serán publicados enlos canales de comunicación de la Alcaldía Municipal de Cajicá. Esta labor estará a cargo de los profesionales universitarios de la oficina Prensa y Comunicaciones.

5.3 TIPO DE CONTENIDO

5.3.1 Contenido institucional

Se refiere a toda la información propia de la entidad, como su misión, visión, valores, programa de gobierno, organigrama, directorio telefónico, ubicación, portafolio de trámites y servicios, etc. Su publicación está a cargo de la Secretaría de TIC-CTEI.

5.3.2 Normatividad

Corresponde a la información vigente de la Alcaldía y/o del Estado como resoluciones, acuerdos, decretos, entre otros documentos de carácter público.

5.3.3 Contenido noticioso

Es toda aquella información de interés general sobre las actividades, avances en la gestión y logros de la Alcaldía Municipal de Cajicá.

5.3.4 Declaraciones públicas

Corresponden a las declaraciones oficiales que entregue el alcalde de Cajicá a la comunidad y/o a los medios de comunicación.

5.3.5 Campañas de comunicación

Son estrategias dirigidas a los públicos internos o externos de la entidad. Las diseña y ejecuta la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones con el acompañamiento de la secretaría o dirección respectiva.

5.3.6 Convocatorias

Se realizan para dar a conocer ofertas de empleo y para incentivar la participación de la comunidad en programas sociales de la entidad, asuntos de interés general y reuniones de planeación estratégica.

5.4 CRITERIOS PARA LA ELABORACIÓN DE CONTENIDO

5.4.1 Los contenidos deben ser institucionales y de interés general

- La información que se genere y se divulgue en los canales oficiales debe corresponder a los planes, programas y proyectos de la Alcaldía Municipal de Cajicá y sus dependencias. **No** se publicará información de entidades que no tengan relación con la alcaldía.

- Se comunicará la información que sea útil y de interés para los públicos de la entidad y/o en los que se requiera de su participación, como por ejemplo campañas de promoción y prevención en salud, cambio en el sentido de las vías, eventos culturales, actividades de capacitación, entre otras.

5.4.2 Los contenidos deben ser entendibles, claros y de fácil uso

- La información noticiosa de la Alcaldía Municipal de Cajicá se debe comunicar en un lenguaje sencillo y en un tono cercano, amistoso y cortés, de tal manera que los públicos comprendan fácilmente el mensaje.

- No se deben usar abreviaturas. Si se requieren, estas deben ir referenciadas después de que son utilizadas por primera vez, entre paréntesis, inmediatamente después del texto al que hacen referencia. No se deben usar siglas sin que se especifique qué significan.

- Se recomienda evitar el uso de lenguaje técnico. Si es estrictamente necesario, se debe explicar el significado del tecnicismo inmediatamente después de que se utiliza por primera vez, dentro de paréntesis.

- Se deben seguir las reglas sintácticas, gramaticales y ortográficas del idioma español, de acuerdo con la Real Academia Española.

5.4.3 Los contenidos deben ser vigentes, oportunos y completos

- Los contenidos que se publiquen en los canales oficiales de comunicación deben corresponder a hechos, eventos o actividades recientes, es decir, que hayan tenido lugar en el transcurso de la última semana antes de su divulgación.

- Se darán a conocer de forma oportuna los hechos, actividades, planes y proyectos que involucren a los públicos de la alcaldía y que puedan afectarlos de manera positiva o negativa, como por ejemplo la construcción de obras de infraestructura, cierre parcial de vías, rendición de cuentas, Semana de la Juventud, entre otras.

- Los contenidos deben ser verificables y completos, de tal manera que no den lugar a interpretaciones erradas. La información, los datos y las cifras que se utilicen en las publicaciones serán confirmados con la dependencia que corresponda antes de su divulgación.

- Las imágenes, dibujos, fotos y cualquier otro material gráfico que se utilice, deben tener relación con los textos que los acompañan. Cuando este tipo de material sufra algún tipo de tratamiento técnico (por ejemplo: montajes, composición, transparencias, etc.), se debe indicar que la versión original ha sufrido modificaciones.

5.4.4 Los contenidos no deben ser ofensivos ni discriminatorios

- Los contenidos publicados en los canales oficiales no serán ofensivos, sexistas, racistas, discriminatorios ni obscenos, por cuanto atentaría contra derechos fundamentales de los particulares. En todo momento se debe tener presente que se trata de la imagen de la alcaldía y, en consecuencia, del Estado mismo.

- Se debe evitar todo tipo de estereotipos por motivos de raza, género, religión, origen étnico, localización geográfica, orientación sexual, discapacidad, apariencia física o estrato social.

- Los contenidos públicos no deben reflejar los intereses, deseos o cualquier otro tipo de tendencia de sectores en particular. Tampoco deben fijar posiciones políticas, religiosas, económicas ni de ninguna otra índole, que puedan indicar preferencias con grupos específicos.

- No se deben utilizar regionalismos o frases coloquiales que son de uso común en algún lugar del país pero que en otras regiones pueden ser consideradas ofensivas.

5.4.5 Los contenidos deben mantener la privacidad

- No se deben publicar contenidos que revelen aspectos confidenciales de las personas o entidades, que afecten el buen nombre o que puedan generar efectos legales a la Alcaldía Municipal de Cajicá.

- No se deben publicar contenidos de procesos sancionatorios en trámite, en la medida en que los mismos pueden estar reservados conforme a la ley. En el caso de antecedentes penales o disciplinarios, solo se ofrecerán contenidos cuando se trate de antecedentes definitivos.

- En los casos en que se solicite información de los particulares, se aclarará que la misma solo será utilizada para los fines para los cuales se solicita la información y que no será divulgada a terceros sin consentimiento de quien suministra la información, salvo en los casos previstos por la ley colombiana.

- Las imágenes de niños, niñas y adolescentes que participen en actividades de la Alcaldía Municipal de Cajicá, requieren de la autorización escrita de sus padres para ser publicadas en los canales de comunicación de la entidad. En todo caso, las imágenes deben respetar la dignidad e intimidad de tal manera que no se ponga en riesgo la integridad de los menores.

- No se divulgará información que identifique o permita identificar a niños, niñas o adolescentes que “hayan sido víctimas, autores o testigos de hechos delictivos”, como establece el Código de Infancia y Adolescencia.

5.4.6 Los contenidos deben observar el derecho de autor

- Las obras protegidas por el derecho de autor que se encuentren dentro de los sitios web hacen parte del patrimonio de la entidad pública y por lo tanto son considerados bienes fiscales, razón por la cual su utilización debe estar expresamente autorizada y así mismo se debe informar claramente al ciudadano qué puede hacer y qué no, con el material alojado.

- Si una entidad pública desea hacer uso (reproducción, transformación, o puesta a disposición) de materiales y obras protegidas por el derecho de autor, debe cerciorarse de contar con la debida autorización del titular de dicho material.

- La protección del derecho de autor se aplica sobre los textos, imágenes, dibujos, fotos, material sonoro o visual, los programas informáticos y las bases de datos. Cualquier material de este tipo que sea tomado de alguna fuente externa a la entidad debe tener la respectiva cita textual, por lo cual debe ir entre comillas dobles (“”) con los siguientes datos: autor(es), libro u otra fuente de la cual fue tomada y fecha de publicación.

- La protección de los derechos de propiedad intelectual y propiedad industrial se observará en lo relativo a marcas, nombres comerciales, logos, enseñas, lemas, nombres de dominio, secretos empresariales, saber hacer, diseños industriales, patentes, modelos de utilidad y derecho de autor.

- En caso que se detecten errores, omisiones, malas interpretaciones o cualquier situación en la que el contenido quede en duda, se debe corregir esta información de la manera más diligente. En caso de ser solicitadas aclaraciones o correcciones sobre una publicación emitida por cualquier medio de la Alcaldía Municipal de Cajicá, la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones procederá a realizarlas.

CAPÍTULO SEXTO: PROTOCOLO PARA EL MANEJO DE REDES SOCIALES

La Alcaldía Municipal de Cajicá tiene presencia en las principales redes sociales con el objetivo de divulgar los resultados de gestión de la entidad y de acercar la oferta institucional de servicios a la ciudadanía, a través de diferentes formatos y productos comunicativos.

	Facebook	Alcaldía Municipal de Cajicá @alcaldiacajica
	X	@alcajica
	Instagram	@alcajica
	Youtube	Alcaldía Municipal de Cajicá
	TikTok	@alcajica

6.1 PAUTAS Y RECOMENDACIONES GENERALES

La entidad se compromete a manejar sus redes sociales con responsabilidad. El respeto a la comunidad de usuarios será clave para garantizar una comunicación fluida y asertiva que ayude a fortalecer la imagen institucional.

6.1.1 Aspectos generales

- Cada red social tiene su propio estilo. Por lo tanto, hay que tener en cuenta sus características para la generación y publicación de contenido.

- Las redes sociales estarán ancladas a cuentas de correo institucionales y no personales. En ningún caso se publicarán contenidos que reflejen las opiniones de sus administradores.

- Las redes sociales oficiales de la Alcaldía Municipal de Cajicá serán administradas por los funcionarios de planta adscritos a la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones.

- Se generará contenido multimedia periódicamente para generar mayor cercanía con los ciudadanos.

- Toda la información que se publique debe ser de utilidad para los ciudadanos (datos, cifras, videos, imágenes, entre otros.)

- Ningún funcionario debe responder los comentarios en redes sociales de manera agresiva o soez. La Oficina de Prensa y Comunicaciones se encargará de asesorar a la entidad en situaciones de crisis.

- En las publicaciones se utilizarán emoticones y gifs para construir mensajes dinámicos y cercanos a la ciudadanía.

- En los contenidos se hará uso de etiquetas que ayuden a consolidar el mensaje central de la Alcaldía Municipal de Cajicá.

- Se recomienda utilizar acortadores de enlaces como goo.gl o bitly.com en las publicaciones.

6.1.2 Comportamiento ético

- Se deben evitar comentarios o respuestas ofensivas a los usuarios.

- El trato a los ciudadanos en redes sociales siempre será cortés.

- Las respuestas a los comentarios o inquietudes deben ser respetuosas.

- No se harán comentarios que puedan afectar la imagen y la reputación de la entidad.

- Los ciudadanos pueden expresarse libremente. Nunca se bloquearán usuarios ni se borrarán sus mensajes.

- Si un usuario realiza comentarios soeces, se le invita a que se exprese con respeto hacia la entidad y hacia la dignidad de sus funcionarios.

- No se debatirán las opiniones de los ciudadanos, solo se aclarará aquella información errónea que se refiera directamente a la entidad.

- El comportamiento de la Alcaldía Municipal de Cajicá en las redes sociales tendrá en cuenta los valores que caracterizan la labor de los servidores públicos y que se encuentran en el Código de Integridad de la institución: respeto, diligencia, responsabilidad, compromiso, justicia y honestidad.

6.2.2 Redacción y ortografía

- Antes de publicar contenido se debe verificar la ortografía, el uso adecuado de los signos de puntuación y la coherencia del texto.

- El uso de mayúsculas sostenidas solo está permitido para los títulos de las publicaciones de Facebook y YouTube; así como también para algunas palabras clave como ‘Atención’ y ‘Urgente’ cuando se comparte información importante en todas las redes sociales de la entidad.

- Cuando existan dudas sobre la escritura correcta de una palabra, se recomienda consultar el diccionario de la Real Academia de española.

- Si un usuario observa errores en alguna publicación, se le agradecerá su comentario y se la corrección se realizará de manera inmediata.

- En todas las publicaciones se respetarán las reglas ortográficas en aras de cuidar la imagen de la entidad.

- Los mensajes serán claros y breves para que tengan mayor impacto. Se evitará el uso de abreviaturas.

6.2 FACEBOOK

6.2.1 Página (Fan Page)

La cuenta de la Alcaldía Municipal de Cajicá funcionará como una página ya que esto permite tener un número ilimitado de seguidores y acceder a métricas sobre la actividad en la red social. Se publicará contenido multimedia al menos tres veces al día: preferiblemente al inicio de la mañana, al mediodía y al final de la tarde o en la noche.

6.2.2 Programación de publicaciones

Cuando haya demasiado contenido informativo, su publicación se debe distribuir en el transcurso de la semana, evitando que pierda vigencia. También se programará contenidos para los fines de semana de tal manera que la entidad permanezca activa en la red social.

6.2.3 Monitoreo de medios

Se realizará seguimiento a las publicaciones que realicen los medios de comunicación sobre la Alcaldía Municipal de Cajicá. Si el enfoque de la noticia es positivo, se evaluará la posibilidad de compartirla en la red social teniendo en cuenta la vigencia, las fuentes de donde proviene la información, el impacto y el interés que pueda generar en la ciudadanía.

6.2.4 Galerías fotográficas

Todas las fotografías que se suban a Facebook se organizarán en álbumes para facilitar la organización del material en la red social. Cada álbum irá acompañado de la información que describe el tipo de actividad o evento al que corresponden las imágenes.

6.2.5 Divulgación de convocatorias

En la cuenta oficial de la entidad se divulgará información sobre oportunidades de empleo, becas y convocatorias de los diferentes programas institucionales de la Alcaldía Municipal de Cajicá.

6.2.6 Transmisión en vivo

Se realizarán transmisiones en vivo de los eventos y actividades institucionales de interés y gran impacto para la comunidad, como la rendición pública de cuentas, la entrega de obras de infraestructura, eventos culturales o deportivos, entre otros.

6.2.7 Respuestas a la ciudadanía

Las peticiones que formulen los ciudadanos y cuya información desconozca la Oficina de Prensa y Comunicaciones, serán remitidas directamente a la dependencia respectiva para que se dé respuesta de manera diligente. También se les indicará a los usuarios que sus inquietudes pueden ser atendidas siguiendo el conducto regular del procedimiento de Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias y (PQRS).

En cualquier caso, la respuesta siempre será amable y se les agradecerá por ponerse en contacto con la alcaldía.

6.3 TWITTER

Esta red ofrece mayor inmediatez que otras redes sociales. Se caracteriza porque privilegia el uso de texto en mensajes cortos. Sin embargo, permite compartir fotografías, imágenes y clips de video. Todoslos contenidos que se publiquen en esta red social deben fortalecer el mensaje central de la Alcaldía Municipal deCajicá.

6.3.1 Publicaciones

Los textos que se publiquen en esta red social deben ser breves, claros y ágiles; y pueden ir acompañados de una imagen o fotografía. Su lenguaje siempre será respetuoso y cortés.

6.3.2 Reacción ante situaciones eventuales

Dada la inmediatez que caracteriza a esta red social, es importante que los comentarios o solicitudes de los usuarios se respondan con la mayor brevedad posible. De no contar con la información, se le indicará al usuario que su inquietud será trasladada a la dependencia correspondiente.

Cuando un usuario haga críticas a la entidad, se aportarán argumentos e información para que su percepción negativa se convierta en neutral o positiva. La respuesta siempre será asertiva. Si se trata de sugerencias de mejora, se responderá al usuario agradeciéndole por su aporte y se dará trámite interno para que la entidad pueda tomar los correctivos necesarios.

Si un usuario utiliza vocabulario soez se le invitará a que manifieste su opinión con respeto. Si el comportamiento es reincidente y se muestra agresivo, se abandonará la conversación. Ahora bien, cuando se trate de una denuncia ciudadana, se procederá de inmediato a escalar la queja ante la secretaría o dirección correspondiente.

6.4 INSTAGRAM

6.4.1 Publicaciones

En Instagram se publicarán fotografías, clips de video y piezas gráficas de los eventos, actividades y, en general, de la gestión que realiza la Alcaldía Municipal de Cajicá. Todo el material debe estar acompañado de un texto informativo claro, breve y bien escrito.

6.4.2 Fotografías

Las fotografías que se publiquen en esta red social serán de alta calidad y deberán reflejar la gestión que realiza la alcaldía. No se les aplicarán filtros y, de ser necesario, serán retocadas con Adobe Photoshop. Se sugiere cargar en una sola publicación máximo diez fotografías.

6.4.3 Piezas gráficas

Las piezas gráficas deberán ser atractivas en términos visuales, respetar los colores institucionales, ser claras y contundentes en el mensaje, no tener errores de ortografía y ser del tamaño adecuado para las publicaciones en esta red social.

6.4.4 Videoclips

Se publicarán videoclips dinámicos que no excedan un (1) minuto de duración y que contengan información pertinente para los seguidores que tiene la entidad.

6.5 YOUTUBE

Esta plataforma se utiliza para alojar todos los videos institucionales, noticias, spots, contenido animado y, en general, todo el material que produzca la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones y que permita no solo divulgar la gestión de la Alcaldía Municipal de Cajicá, sino también conservar su memoria audiovisual.

6.5.1 Edición

Todo el material debe tener un proceso de edición que garantice la calidad del producto audiovisual. Además, deberá contar con la imagen institucional en el inicio y el cierre del video, y los créditos de las personas entrevistadas con su nombre y cargo.

6.5.2 Títulos y descripción

El video debe tener un título y un texto descriptivo breve, llamativo y claro que incentive a los ciudadanos a reproducirlos y acceder a los demás contenidos alojados allí. En el texto se debe incluir la siguiente información con el objetivo de promocionar las demás redes sociales de la entidad:

Síguenos en:

Facebook: https://www.facebook.com/alcaldiacajica/
Twitter: https://twitter.com/alcajica
Instagram: https://www.instagram.com/alcajica/

Los videos que se carguen en YouTube también serán compartidos en las demás redes sociales para incrementar su alcance.

6.5.3 Comentarios

Los comentarios que dejen los usuarios en los videos de YouTube serán atendidos por los funcionarios de la Oficina de Prensa y Comunicaciones teniendo en cuenta las recomendaciones estipuladas en el numeral 6.1 de este manual.

CAPÍTULO SÉPTIMO: SOLICITUDES A LA OFICINA DE PRENSA Y COMUNICACIONES POR PARTE DE OTRAS DEPENDENCIAS

En este capítulo se establecen los lineamientos que deben tener en cuenta todas las dependencias de la Alcaldía Municipal de Cajicá, cuando requieran el apoyo de la Oficina de Prensa y Comunicaciones con relación a la organización de eventos, cubrimiento periodístico, realización de videos y diseño de piezas gráficas.

7.1 REGLAS GENERALES

- Todas las solicitudes deben realizarse a través del correo electrónico solicitudesprensa@cajica.gov.co de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones en el formato de brief diseñado para este fin.
- La solicitud deberá realizarla el enlace de prensa con la aprobación del secretario (a) de despacho.
- Solo se atenderán los requerimientos que se realicen en los plazos estipulados por la Oficina de Prensa y Comunicaciones.
- En la organización de los eventos y actividades institucionales debe participar un integrante de la Oficina de Prensa y Comunicaciones.

7.2 APOYO EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y PROTOCOLO

- Cuando se trate de eventos masivos y/o que cuenten con la presencia de autoridades del orden departamental o nacional, la secretaría responsable debe realizar la solicitud a la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones con al menos quince (15) días hábiles de anticipación.
- Cuando se trate de eventos de menor impacto, la secretaría encargada de la actividad debe realizar la solicitud a la Oficina de Prensa y Comunicaciones con ocho (8) días hábiles de anticipación.

7.3 DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS

- Las solicitudes de diseño de piezas gráficas se atenderán en orden de llegada y deben realizarse con veinte (20) días hábiles de anticipación cuando se trate de eventos masivos y/o que cuenten con la presencia de autoridades del orden departamental o nacional; y con ocho (8) días hábiles de anticipación si se trata de eventos de menor impacto. Esto permitirá realizar la divulgación oportuna y con equidad de las actividades en procura de garantizar la asistencia del público objetivo.

7.4 CUBRIMIENTO PERIODÍSTICO

- Las solicitudes de cubrimiento periodístico de eventos y actividades institucionales deben ser solicitadas con ocho (8) días hábiles de anticipación.

7.5 REALIZACIÓN DE VIDEOS Y GRABACIÓN DE CUÑAS

- La realización de videos institucionales debe solicitarse con quince (15) días hábiles de anticipación, de tal manera que la Oficina de Prensa y Comunicaciones cuente con el tiempo suficiente para realizar la preproducción, producción y posproducción.

- La grabación de cuñas debe solicitarse con ocho (8) días hábiles de anticipación.

Cumplir con todas estas recomendaciones es clave para fortalecer el trabajo en equipo al interior de la entidad y garantizar el éxito de los eventos y actividades institucionales, así como también la satisfacción de nuestros clientes internos.

CAPÍTULO OCTAVO PROTOCOLO PARA EL MANEJO DE CRISIS DE COMUNICACIÓN Y VOCERÍA

Desde el punto de vista de la comunicación, las crisis son el resultado de acciones u omisiones de una entidad, decisiones que toma o situaciones en las que se ve envuelta y que producen un impacto generalmente negativo que pone en riesgo la imagen de una entidad en sus públicos de interés.

Por lo general, las crisis aparecen de manera repentina y no dan mucho tiempo de reaccionar, por lo que la celeridad con las que se enfrenten es un elemento clave para neutralizar los efectos negativos que generan en el buen nombre (goodwill) de la entidad.

8.1 OBJETIVO

Establecer el protocolo para el manejo de las crisis de comunicación en las que resulte involucrada la Alcaldía Municipal de Cajicá.

8.2 SITUACIONES QUE GENERAN CRISIS

Las crisis surgen ante diferentes situaciones y siempre van a generar percepciones negativas de la entidad en cualquiera de sus públicos de interés. Las circunstancias más comunes que pueden ocasionar una crisis, son:

- Fallas en la atención al público y en la prestación del servicio que afectan a la comunidad y a los funcionarios.
- Hechos de corrupción en el manejo de los recursos públicos por parte de un funcionario público de algún contratista de la alcaldía.
- Actuaciones de los funcionarios que comprometen la ética, la buena conducta y los valores del servidor público.
- Situaciones de orden público y comportamientos delictivos que comprometen la seguridad y la integridad de los ciudadanos.
- Decisiones administrativas que ponen en riesgo los recursos del Municipio o que afectan su reputación y la credibilidad de su gestión.
- Situaciones de riesgo natural o desastres que afectan la integridad de los habitantes de Cajicá.
- Problemas de salud pública ocasionados por la contaminación del aire o el agua, o cualquier eventualidad que genere enfermedades en los miembros de la comunidad.
- Información errónea o mal suministrada a la opinión pública.
- Afectaciones al medio ambiente y situaciones de maltrato animal.
- Intereses políticos que ponen en riesgo la reputación y el buen nombre de la entidad.

8.3 PASOS A SEGUIR PARA ENFRENTAR UNA SITUACIÓN DE CRISIS

Analizar la situación

Este es el primer paso a seguir para hacer frente a una situación de crisis. Aquí se deben considerar los siguientes aspectos:

- **¿Qué ocurrió?** Es necesario identificar el hecho que generó la crisis y definir claramente cómo ocurrió.
- **¿Por qué?** Tener claras las razones que generaron la crisis, bien sea por la acción u omisión de la alcaldía, o entender por qué la entidad se vio involucrada en la situación, ayudará a entender mejor las circunstancias y a planear una respuesta adecuada.
- **¿Cuándo?** Si bien es cierto que la crisis aparece de manera espontánea, es necesario saber hace cuánto tiempo se generó; pues habrá situaciones que, por su naturaleza, exigen actuar con celeridad y otras que pueden ofrecer un par de horas más para preparar la respuesta a la situación.
- **¿Quiénes están involucrados y a quiénes afecta?** Definir los actores que están involucrados ayudará a dimensionar el impacto de la crisis y a plantear respuestas pertinentes para ellos.

Responder estas cuatro interrogantes será clave para planear respuestas pertinentes y enfrentar la crisis con la posibilidad de obtener mejores resultados.

Planear la respuesta

Luego de analizar concienzudamente la crisis, es necesario planear la respuesta teniendo en cuenta lo siguiente:

- **¿Qué vamos a decir?** Es necesario planear cuidadosamente el mensaje que les vamos a entregar a los actores involucrados en la situación de crisis. Es necesario tener en cuenta las características de los públicos de interés para construir un mensaje claro, completo y pertinente que ayude a mitigar los efectos de la crisis. Todos los funcionarios deben estar alineados con el mensaje.

- **¿Cómo lo vamos a decir?** Definir el tono es una tarea tan importante como la anterior, pues la manera en que se comunique el mensaje ayudará a calmar los ánimos o, todo lo contrario, a profundizar la situación. En cualquier caso, el mensaje debe ser respetuoso, cercano y debe generar empatía con los públicos de la entidad involucrados en la crisis.

- **¿Dónde lo vamos a decir?** Escoger varios medios para entregar el mensaje ayudará a tener mayor alcance. Se recomienda que, cuando la ocasión lo amerite, haya declaraciones públicas, comunicados de prensa en los canales oficiales de la Alcaldía Municipal de Cajicá y declaraciones en medios de comunicación.

- **¿Quién lo va a decir?** Se debe elegir al funcionario que llevará la vocería ante la situación.El vocero (preferiblemente el alcalde) se encargará de entregar el mensaje a los públicos involucrados o, de ser necesario, a los mediosde comunicación.

Seguimiento

El momento post-crisis es igual de importante que la crisis misma, pues la entidad resulta afectada en su reputación y debe trabajar de nuevo para recuperar su credibilidad en los grupos de interés.

De tal manera que una vez superada la situación, es necesario hacer dos tareas: en primer lugar, realizar monitoreo a los medios de comunicación para evitar nuevos episodios de crisis o hacerles frente si llegaran a ocurrir; y en segundo lugar, emprender acciones de comunicación que fortalezcan la confianza en la entidad y su reputación en los públicos de interés.

8.4 VOCEROS

Son voceros de la Alcaldía Municipal de Cajicá los funcionarios encargados de hacer declaraciones públicas en momentos de crisis. La vocería principal es responsabilidad del alcalde municipal; pero son voceros también los secretarios del despacho y los directores de oficina.

8.5 RECOMENDACIONES PARA ACTUAR FRENTE A LA CRISIS

- Es necesario actuar con celeridad. La inmediatez con la que se enfrente la crisis es clave para neutralizar los efectos negativos de la situación.

- La entidad debe dar la cara y no debe guardar silencio ante una situación de crisis.

- Siempre se debe decir la verdad. Ocultar información puede agravar la situación.

- Se debe ofrecer información verdadera y confirmada. Si no hay certeza sobre algunos datos, es mejor no mencionarlos.

- No se darán declaraciones a los medios de comunicación sin autorización del alcalde municipal.
- Los voceros son los únicos que pueden dar declaraciones, en cuyo caso actuarán con tranquilidad y prudencia.
- La cohesión informativa es clave en momentos de crisis, por lo tanto, los funcionarios deben estar alineados con los mensajes que se construyan para dar respuesta a la situación.
- No se debe menospreciar el papel de la prensa ni se impedirá su acceso a la entidad, pues esto aumentará la percepción de desconfianza.
- Es importante generar canales de comunicación directa con los afectados, pues esto aumentará la percepción de confianza y demostrará interés en escuchar sus necesidades.
- Superada la crisis, la entidad debe trabajar en recuperar la confianza y fortalecer su reputación. Para ello, es clave que la Oficina de Prensa y Comunicaciones emprenda acciones que demuestren el compromiso de la alcaldía con sus públicos de interés.

MARCO NORMATIVO

Constitución Política de Colombia de 1991. Responsabilidad de los servidores, derecho de petición, libertad de expresión en medios masivos de comunicación, profesión de periodista y acceso a documentos públicos

Declaración Universal de los Derechos Humanos. Libertad de expresión

Convención americana sobre derechos humanos (Pacto de San José) - Ley 16 de 1972. Libertad de expresión

Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos - Ley 74 de 1968. Libertad de expresión

Ley Estatutaria 1712 de 2014 "Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones".

Ley Estatutaria 1755 de 2015. Por medio de la cual se regula el Derecho Fundamental de Petición y se sustituye un título del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

Ley Ordinaria 29 de 1944. Por la cual se dictan disposiciones sobre prensa

Ley Ordinaria 23 de 1982. Sobre derechos de autor - Modificado por Ley 2294 de 2023

Ley Ordinaria 44 de 1993. Por la cual se modifica y adiciona la Ley 23 de 1982 y se modifica la Ley 29 de 1944 - Regulación específica de derechos de autor, agremiaciones y otros.

Ley 1915 - 12 de julio de 2018. "Por la cual se modifica la Ley 23 de 1982 y se establecen otras disposiciones en materia de derecho de autor y derechos conexos".

Ley 489 de 1998. "Por la cual se dictan normas sobre la organización y funcionamiento de las entidades del orden nacional, se expiden las disposiciones, principios y reglas generales para el ejercicio de las atribuciones previstas en los numerales 15 y 16 del artículo 189 de la Constitución Política y se dictan otras disposiciones".

Ley 1581 - 17 de octubre de 2012. "Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales".

Ley 586 DE 2000 Por medio de la cual se instituye el día 13 de agosto de cada año como Día de la Libertad de Expresión.

Ley Ordinaria 1098 de 2006. Código de la Infancia y la Adolescencia.

Decreto Único 1078 de 2015. Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Decreto Único 1083 de 2015. Decreto Único Reglamentario del Sector de Función Pública.

Resolución 519 de 2014 - Manual de Información y Comunicaciones de Cajicá

Plan de Desarrollo Municipal de Cajicá (Vigente)

Ley 2345 de 2023 "Chao marcas**"**