

# **POLÍTICA DE COMUNICACIONES GOBERNACIÓN DE BOLÍVAR**



**GESTIÓN DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**  
ACTUALIZACIÓN AÑO 2021



# POLÍTICA DE COMUNICACIONES GOBERNACIÓN DE BOLÍVAR

## UNIDAD DE COMUNICACIÓN Y PRENSA

La información pública se traduce en transparencia gubernamental. Un Gobierno que informa de manera suficiente, oportuna, veraz y recoge las demandas informativas de I@s ciudadanos, es una institución creíble y consolida la confianza de los ciudadanos a su Institución.

Esta Política de Comunicaciones GOBERNACIÓN DE BOLÍVAR, establece las pautas para la construcción de una identidad de gobierno clara, coherente y controlada de cara al ciudadano.

En ese sentido, la política que contempla este documento y que se expresará en un grupo de estrategias con planes de acción diseñados para el efecto y trabajará en distintos campos de la comunicación.

# 1. INTRODUCCIÓN

Esta POLÍTICA DE COMUNICACIONES GOBERNACIÓN DE BOLÍVAR establece lineamientos para que el Gobierno de Bolívar, implemente y ejecute la comunicación interna y externa, con el fin de garantizar la divulgación, difusión y promoción de información de carácter institucional a los grupos de interés.

El conjunto de mensajes que la Gobernación de Bolívar proyecta a un público determinado debe manejarse de forma dinámica, planificada a fin de dar a conocer su Misión y Visión, y lograr establecer empatía entre Gobierno y ciudadanos.

Esta comunicación además de planificada y dinámica debe ser concreta; constituyéndose en una herramienta de dirección y orientación sinérgica basada en una retroalimentación constante.

Por esta razón esta POLÍTICA DE COMUNICACIONES GOBERNACIÓN DE BOLÍVAR está fundamentada como eje transversal a los *Módulos de Control del Modelo MECI* y con su implementación se espera mejorar la transparencia frente a la ciudadanía por medio del suministro de información de carácter público oportuno y veraz a los usuarios del Gobierno y ciudadanía en general.

## 2. OBJETIVO

Normalizar los lineamientos y directrices que rigen la comunicación pública de la Gobernación de Bolívar, con el fin de generar un adecuado flujo de información entre usuarios, ciudadanos y Gobierno, consolidando una excelente percepción de sus servicios y de las acciones de gobierno que se emprendan, elevando los niveles de transparencia institucional.



### 3. ALCANCE

Esta política se constituye en un eje transversal del Modelo Estándar de Control Interno MECI que apoya la construcción de una visión compartida, el perfeccionamiento de las relaciones humanas de la entidad con sus grupos de interés internos y externos, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales en concordancia con lo establecido en el artículo 32 de la Ley 489 de 1998 (\*1).

El alcance se establece teniendo en cuenta el Mapa de Procesos de la Gobernación de Bolívar, donde se establece el carácter estratégico de todas las acciones comunicaciones desarrolladas.



(1\*) **CAPÍTULO \_VIII**

**Democratización y control social de la administración pública**

**Artículo \_32°.-** Democratización de la Administración Pública. [Modificado por el art. 78, Ley 1474 de 2011](#). Todas las entidades y organismos de la Administración Pública tienen la obligación de desarrollar su gestión acorde con los principios de democracia participativa y democratización de la gestión pública. Para ello podrán realizar todas las acciones necesarias con el objeto de involucrar a los ciudadanos y organizaciones de la sociedad civil en la formulación, ejecución, control y evaluación de la gestión pública.

# MARCO DE ACCIÓN

ACCIÓN	RESPONSABLE
1. Asegura el desarrollo de una estrategia de comunicación y protocolos que garanticen la implementación de la presente política, de acuerdo con sus particularidades.	Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones
2. Interactúa con sus grupos de interés de una forma responsable, en concordancia con el direccionamiento estratégico de comunicación y teniendo en cuenta las especificidades y contexto de cada uno de ellos.	Funcionarios, servidores y Gobierno en General
3. Establece en toda estrategia y planes de comunicación mensajes alineados con los objetivos estratégicos, que se hacen extensivos a los diferentes grupos de interés.	Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones
4. Estimula el diálogo y la participación activa y positiva que sea pertinente con las comunidades, las autoridades estatales, las Organizaciones no Gubernamentales, Accionistas, gremios y demás grupos de interés.	Funcionarios, servidores y Gobierno en General
5. Hace uso responsable de la información institucional respetando las medidas de protección de la información.	Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones
6. Asegura que la comunicación sea descendente, ascendente, horizontal, participativa, dialogante, evolutiva y flexible, clara y precisa, inmediata, permanente y coordinada.	Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones

# MARCO DE ACCIÓN

ACCIÓN	RESPONSABLE
7. Fomenta una actitud transparente y amable como elemento fundamental de cultura comunicativa, teniendo como referente la dignidad de las personas.	Funcionarios, servidores y Gobierno en General
8. Respeta la libertad de prensa y de opinión de acuerdo con los principios constitucionales establecidos en la Constitución Nacional.	Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones y Funcionarios, servidores y Gobierno en General
9. Adopta un Manual para la administración de las situaciones de crisis con base en los principios del Gobierno.	Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones
10. Adopta y promueve el uso de nuevas tecnologías de la información y comunicación, buscando la generación de sinergias entre los ciudadanos y el Gobierno.	Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones
11. Identifica a la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones de la Gobernación de Bolívar como responsable de formular y hacer cumplir la Política de Comunicación y todos los procesos, procedimientos y protocolos que de ella se derivan.	
12. Aporta al posicionamiento y reputación del Gobierno de Bolívar de acuerdo con los objetivos estratégicos del Gobierno.	

# DIAGRAMA





# COMUNICACIÓN ***INTERNA Y EXTERNA***

---





# COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

Los mecanismos de comunicación interna al servicio de nuestros usuarios internos son:

Impresos, Audiovisuales, Digitales, Publicitarios, Mediáticos.





# COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

## ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

1. Banner, protectores de pantalla en los Computadores institucionales que tienen a su servicio todos los funcionarios de planta.

A través de protectores de pantalla que aparecen al momento de encender y manipular el equipo, se comunican eventos, actividades y noticias de interés para los funcionarios y servidores de la Gobernación de Bolívar.





# COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

## ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

2. Televisores con proyección permanente de contenidos de interés para la comunidad interna y visitante de la Gobernación de Bolívar en los que se comunican actividades, eventos, información de trámites y servicios y noticias de interés.





# COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

## ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

3. Realización y proyección de VIDEOS INSTITUCIONALES informativos de los avances y actividades del Gobierno.

De forma periódica cada mes se realiza un trabajo audiovisual en el que se describen los logros y actividades del Gobierno de Bolívar y se proyectan interna y externamente en los canales dispuestos para tal fin.





# COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

## ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

4. Programa Institucional de Tv de la Gobernación de Bolívar, que se emite en canal regional de Tv TELECARIBE y en Canal local de Tv con cobertura en toda la Región Caribe colombiana. En este programa se comparte toda la información institucional, historias, personajes, eventos y noticias de interés para toda la comunidad bolivarense.



telecaribe



# COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

## ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

5. Boletín impreso para Carteleras y lugares de exposición, atención al ciudadano donde se resumen las acciones más importantes del Gobierno.

Esta edición se hace mensualmente y se reparte impresos en la comunidad interna, Alcaldías municipales y comunidad externa usuaria de servicios en Gobernación de Bolívar.





# COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

## ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

Nuestras redes sociales y página web en donde la comunidad interna y externa se informa del día a día, agenda de Gobierno, actividades, logros y se visibilizan a funcionarios, secretarios, comunidad y Gobernador en los escenarios donde se desarrollen tales actividades de interés. Así mismo son utilizadas las redes sociales, para realizar masivas convocatorias a público interesado en toda la oferta de servicios y eventos de la Gobernación de Bolívar.

Se consideran redes institucionales no solo la de GOBERNACIÓN DE BOLÍVAR sino también las redes sociales del Gobernador de Bolívar, como sujeto público de comunicación institucional y autoridad.

A continuación en este subcapítulo REDES SOCIALES, encontraremos *INSTRUCTIVO PARA USO DE REDES Y MECANISMOS DE MEDICIÓN Y MONITOREO.*





**Bolívar  
primero**

***Las Redes Sociales de la  
Gobernación de Bolívar  
se fundamentan en 3 ejes:***



**@GOBBOLIVAR**



# De INFORMACIÓN

Las Redes Sociales serán un apoyo para la divulgación de las acciones del gobierno.

Es contar lo que estamos haciendo y visibilizar la gestión realizada. Se busca generar conocimiento sobre la Gobernación de Bolívar, ayudando a que los ciudadanos entiendan y profundicen sobre servicios, acciones del Gobierno y agenda del Gobernador, trámites, proyectos, decretos, entre otros.

## ***Esto permite:***

- ✓ Fortalecer los mensajes positivos sobre la Gobernación, sobre el Gobernador y sobre los integrantes del Gabinete.
- ✓ Corregir los conceptos erróneos que tienen los ciudadanos sobre alguna situación o proceso.
- ✓ Servir de canal para optimizar los procesos de consultas y trámites.
- ✓ Fortalecer el impacto que podemos tener en la percepción al ser un medio permanente de información.





**Bolívar**  
primero

# De RESPONSABILIDAD

Se enfoca en la respuesta y atención a las preguntas que los ciudadanos realicen a través de redes como Twitter, Facebook, Instagram y YouTube o cualquier otra plataforma que tecnológica que se implemente.

## La respuesta oportuna y clara permite:

- ✓ Generar cercanía con la ciudadanía.
- ✓ Incrementar la presencia de la Gobernación en espacios virtuales.
- ✓ Encontrar nuevos interlocutores.
- ✓ Aclarar dudas a los ciudadanos y disipar rumores.
- ✓ Fortalecer la imagen institucional y Legitimar los procesos de Transparencia.



# De ANÁLISIS



Bolívar  
primero

El análisis y seguimiento a través de un monitoreo permanente de las redes Sociales de la Gobernación de Bolívar es necesario para conocer los indicadores claves como interacciones y alcance de las publicaciones, ánimo del ciudadano frente a determinadas acciones, solicitud de presencia, necesidades colectivas y detección de alertas tempranas lo que facilita identificar riesgos, oportunidades y se hace posible la consolidación de la estrategia del Gobierno.

## DEBE:

- ✓ Dar Likes, compartir y responder ante las inquietudes de los usuarios de las redes de la Gobernación de Bolívar y del Gobernador.
- ✓ Hacer uso responsable de sus redes personales, evitando publicar lo que no quiere que se use en caso de memes, mal uso de imágenes, etc.
- ✓ Usar siempre en las publicaciones relacionadas a la actividad como funcionario de la Gobernación, el Hashtag #BolívarPrimero y #BolivarPrimero y etiquetar a la Gobernación de Bolívar y al Gobernador.





# Nuestras Redes Sociales son:



## Gobernación de Bolívar

Objetivo: primicia de información, la estrategia funcional es la fuerza de imágenes y video.

- ✓ Georreferenciación de las fotos de los barrios o lugares donde se estuvo y nombre de las personas con las que se estuvo reunidas.
- ✓ Galerías: de recorridos del Gobernador, funcionarios y Obras.



## @GobDeBolivar

- ✓ Se hace difusión del contenido que se genera en el sitio web.
- ✓ Respuestas a todos los ciudadanos cuando tienen preguntas, dudas e inquietudes.
- ✓ Minuto a Minuto de actividades de relevancia
- ✓ Las opiniones solo se escuchan y se monitorean



GOBERNACION  
de BOLIVAR

**Bolívar**  
**primero**



## @GobBolivar

Objetivo: Apoyar de manera institucional los reportes de los secretarios y contenidos de relevancia de la gestión y no temas misionales del deber ser y hacer. Tendrá principal exposición el Gobernador y la Primera Dama, así como también eventos y acciones de impacto de las secretarías.

- ✓ Para documentar temas ciudadanos y políticos.
- ✓ Para fotografías del equipo de gobierno en acción.
- ✓ Para documentar recorridos del Gobernador y de los funcionarios



## Gobernación de Bolívar

Visualización y archivo audiovisual.



**Bolívar**  
**primero**



# RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD:

Oficina Asesora de Comunicaciones y Prensa  
Social Media Manager o Administrador de Medios Sociales  
Community Manager o Administrador de Comunidades



## ***Pautas y Recomendaciones para manejar las Redes Sociales en la Gobernación de Bolívar y la de los funcionarios de GABINETE***

Tenemos el compromiso de administrar con responsabilidad las redes sociales, por esta razón, estas deben ser manejadas bajo los principios del respeto, la verdad y la prudencia.





## **Por ello:**

Tenga presente que los ciudadanos pueden expresarse libremente.

Trate siempre con respeto a los ciudadanos.

Se debe respetar la privacidad y la intimidad de los ciudadanos.

Evite comentarios ofensivos o publicaciones que estimulen comportamientos violentos y que puedan llevar a una crisis de reputación.

Los comentarios deben ser pertinentes, es decir, relacionados con el tema que se trate y respetuosos, que no ofendan a otras personas o instituciones.

Es política de uso no bloquear a ningún seguidor y tampoco borrar mensajes.

No emitir opiniones personales. Tener en cuenta que se habla en nombre de la institución, no en nombre personal.

Evite comentarios que pongan en riesgo la imagen de la Gobernación Y/O al Gobernador mantener lenguaje respetuoso.

Aceptar las críticas y valorar adecuadamente la respuesta pertinente.

Como entidad pública, estamos expuestos a críticas, reclamos y ataques.

Por eso es importante no dejarse provocar y tampoco se debe entrar en discusiones.





La Oficina de Comunicaciones y Prensa estará atenta a momentos de crisis para acompañarle y ayudarle a superar la situación, de acuerdo a lo establecido en el MANUAL DE CRISIS.

Por eso, ante una crisis consulte al Comité de Crisis, Jefe Oficina Asesora de Comunicación y Prensa, Community Manager de la Gobernación y/o asesor, según sea el caso.

Tenga presente que la información publicada siempre debe ser de utilidad para los ciudadanos (datos, cifras, imágenes, audios o información coherente y de importancia).



**Bolívar**  
primero

## ***Código de conducta específico para la participación de funcionarios:***

Todo funcionario es el mejor embajador de la Institución.

Apoyar la estrategia de la Gobernación desde sus cuentas sociales. (Likes, RT, menciones, video likes, etc.).

Identificarse cuando participen en discusiones institucionales de carácter público, sus servicios y decisiones. Esto comprende el nombre de cada uno y, cuando resulte relevante, su posición en la institución.

Respetar el copyright, el juego limpio y las leyes vigentes en Colombia.



**Si emite opiniones personales sobre cualquier tema, debe aclarar que responde a su persona y no al de la <Institución que representa, ni a su jefe inmediato. Por esta razón es mejor prescindir de esta práctica mientras haga parte del Gobierno.**

**No proporcionar información confidencial de la Gobernación o cualquier otra información relacionada con institución, su desarrollo o cualquier otra cuestión de importancia.**

**No citar a fuentes sin autorización. Si se hace, mencionar siempre la fuente con un enlace.**

**No publicar nada que pueda dañar la imagen de la Institución.**



**Bolívar  
primero**

**Respetar a la audiencia.**

**No usar discriminaciones étnicas, sexuales o religiosas, insultos personales, obscenidades y cualquier otra conducta que no es aceptable en cualquier espacio público.**

**No tener miedo de reconocer los propios errores cuando se produzcan.**

**Tener cuidado con lo que pública en las redes sociales personales, sobre todo cuando se ocupan altos cargos.**



**Bolívar**  
**primero**



# Tono:

---

El tono es cercano, pero siempre manteniendo un nivel Institucional.

Se habla en segunda persona en singular (tú) (usted)

No se utilizarán palabras como: vale, lindo, hermosa, llave, para dirigirse a la comunidad.

Cuando se habla de la Gobernación, hablamos en la primera persona del plural (nosotros, estamos, etc).

Para referirnos a los miembros del gabinete se tratará de secretario de Hacienda, xxxxxx, etc.



## **Respuestas a la ciudadanía:**

### **Ante solicitudes de la comunidad:**

Responda lo antes posible y dé trámite interno a las peticiones de la comunidad.

Para que quede constancia de la información suministrada, informe inmediatamente al área encargada, vía correo electrónico.

### **Ante sugerencias o comentarios de mejora:**

Responda al usuario y/o comunidad agradeciendo la colaboración e informándole que la sugerencia será compartida con el área encargada. A su vez, dé trámite interno para, tomar correctivos o mejorar los procesos que actualmente ejecuta la Gobernación.

Para que quede constancia de la información suministrada, informe inmediatamente al área encargada, vía correo electrónico.

### **Ante una información o enlace de interés:**

Responda inmediatamente agradeciendo los aportes. Luego de un análisis realizado por el Community Manager o comunicador encargado de redes sociales, defina si es conveniente compartirlo o no con el equipo directivo o personal que lidera el tema.

### **Ante críticas:**

Responda conservando siempre la calma y con argumentos e información de gestión, establezca un diálogo respetuoso con el ciudadano y procure transformar los señalamientos en una percepción neutra o positiva.





## **Respuestas a la ciudadanía:**

### **Ante material de denuncia:**

Responda agradeciendo la participación y direccione a la secretaría o entidad encargada. Para que quede constancia de la información suministrada, informe inmediatamente al área encargada, vía correo electrónico.

### **Ante comentarios agresivos y/o groseros:**

En primera instancia, pida que el diálogo se mantenga con respeto. Si el usuario es reiterativo, utiliza palabras soeces y se identifica algún interés político, proceda a abandonar la conversación.

### **Ante quejas reiterativas:**

Invite al ciudadano a ampliar la información a través del sistema de PQRS (Peticiones, quejas reclamos y sugerencias) habilitado en el [www.bolivar.gov.co](http://www.bolivar.gov.co)

### **Ante quejas de ciudadanos influyentes:**

Responda lo más pronto posible. No sólo se le debe brindar una información general, sino que se deben buscar soluciones prontas. En algunos casos, según el criterio del Community Manager encargado y la urgencia de la consulta, se puede contactar al ciudadano directamente para intentar resolver el inconveniente o comunicarlo a la persona encargada del tema.

### **Ante campañas contra la Gobernación de Bolívar o el Gobernador:**

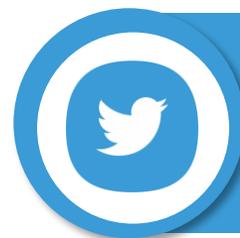
Se toman pantallazos de las publicaciones y se genera alerta a la Oficina de Comunicaciones. Con apoyo del equipo de comunicación digital, se analiza en detalle la situación y se define plan de acción a seguir.

### **Archivo de las redes:**

El archivo de las redes con fecha y actividad se encuentra almacenado en la propia red social.



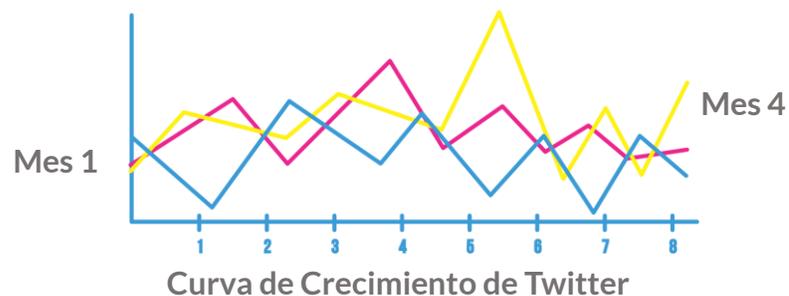
## INSTRUCTIVO PARA USO DE REDES Y MECANISMOS DE MEDICIÓN Y MONITOREO



TWITTER POR MES DEBE MEDIRSE Y  
DOCUMENTARSE TAL COMO EL SIGUENTE  
EJEMPLO



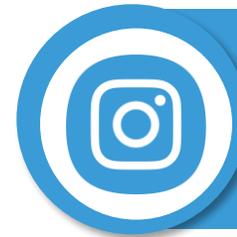
### Crecimiento 10.000



Nivel de Interacción

 1.000

## INSTRUCTIVO PARA USO DE REDES Y MECANISMOS DE MEDICIÓN Y MONITOREO



INSTAGRAM POR MES DEBE MEDIRSE Y  
DOCUMENTARSE TAL COMO EL SIGUIENTE  
EJEMPLO



Nivel de Interacción

 1.000

# INSTRUCTIVO PARA USO DE REDES Y MECANISMOS DE MEDICIÓN Y MONITOREO



FACEBOOK POR MES DEBE MEDIRSE Y DOCUMENTARSE TAL COMO EL SIGUIENTE EJEMPLO



Nivel de Interacción

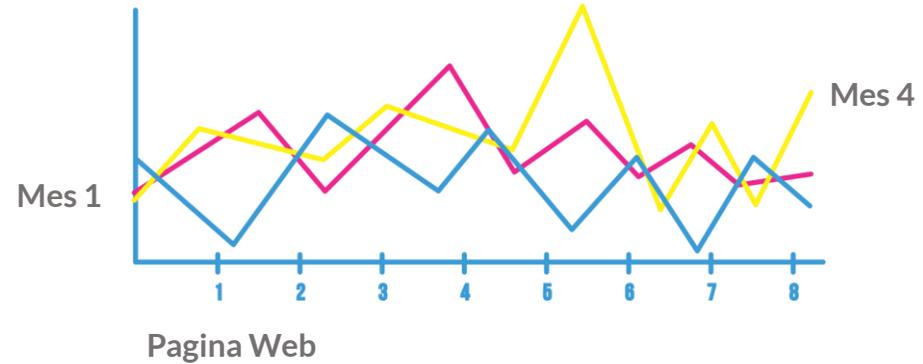
1.000

# INSTRUCTIVO PARA USO DE REDES Y MECANISMOS DE MEDICIÓN Y MONITOREO



*PÁGINA WEB POR MES DEBE MEDIRSE Y DOSUMENTARSE LA MEDICIÓN PARA ENTREGA FINAL ANUAL CON EVIDENCIA*

Numero de visita



# INSTRUCTIVO PARA USO DE REDES Y MECANISMOS DE MEDICIÓN Y MONITOREO



Muestra ejemplo de medición Impacto mensualmente

MEDIOS  
IMPRESOS

**EL TIEMPO**

**EL HERALDO**

**EL UNIVERSAL**

COMUNICADOS  
DE PRENSA

100

PUBLICACIONES  
ESPECIALES



# DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS PARA LA TOMA DE LAS DECISIONES DE LA UNIDAD DE COMUNICACIONES Y PRENSA DE LA GOBERNACIÓN DE BOLÍVAR

## 1 FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN



## DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS PARA LA TOMA DE LAS DECISIONES DE LA UNIDAD DE COMUNICACIONES Y PRENSA DE LA GOBERNACIÓN DE BOLÍVAR

### 2 FLUJOGRAMA DE TOMA DE DECISIONES – UNIDAD DE COMUNICACIONES Y PRENSA

Responsable

Descripción general

Se produce la situación a resolver

Secretarías y Dependencias de la Gobernación de Bolívar

La situación a resolver puede ser producida o provocada por las distintas Secretarías y Dependencias de la Gobernación de Bolívar, estas pueden estar relacionadas con el desarrollo de actividades, eventos específicos, cubrimiento y reportería por parte del equipo de prensa.

Se recopila información acerca de la situación

Equipo asignado y Directora de Comunicaciones y Prensa

Se hace la asignación de un equipo de comunicaciones y prensa, la Directora de Comunicaciones es la encargada de asignar el equipo de acuerdo a los requerimientos de la actividad y la situación. Este recopilará la información necesaria para la formulación de las alternativas.

Se formulan y evalúan alternativas

Directora de Comunicaciones y Dependencia encargada o relacionada con la situación

De acuerdo a la información recolectada se formulan y evalúan diferentes alternativas. Este estudio de alternativas y posibles soluciones será realizado por la directora de Comunicaciones.

Implementación de la alternativa seleccionada

Directora de Comunicaciones y Prensa

La decisión final sobre la alternativa seleccionada es competencia de la Dirección de Comunicaciones y Prensa. La directora será la encargada de definir y tomar la decisión sobre qué alternativa es la más correcta.

GUÍA SISTEMA  
**GRÁFICO** MARZO 2020

---





## Tabla de Contenido

1. Objetivo
2. Alcance
3. Términos y Definiciones
4. Línea Gráfica
5. Identificadores Primarios
6. Identificadores Secundarios
7. Normatividad
8. Co.Branding
9. Aplicativos Visuales

## 1. Objetivo

Impartir directrices de identidad visual y uso de la imagen consolidada y unificada desde la Gobernación hacia todas las secretarías, dependencias.

## 2. Alcance

Esta guía de imagen la deben seguir todas las Secretarías y Dependencias y Oficinas Internas.

## 3. Términos y Definiciones

Un identificador corporativo o marca gráfica es un signo visual de cualquier tipo cuya función específica es la de individualizar a una entidad. Posee la misma función que el nombre propio de ésta. Sirve para indicar el emisor, propiedad o autoría.

### Identificador Primario:

El Logotipo:

El logotipo es la forma gráfica estable y explícita del principal identificador de toda institución, o sea su nombre. Prácticamente no existen organizaciones que carezcan de éste.

El Símbolo:

Es un signo visual encargado de representar a la entidad. Cumple la función de firma al igual que el logotipo. Este puede usarse en conjunto como separado de su logotipo.

Es común la fórmula “logotipo + símbolo” para la representación verbal y no verbal de una marca.

### Identificadores Secundarios:

Son aquellos que no poseen la entidad suficiente para independizarse de los anteriores. Pueden identificar a la entidad con gran eficacia pero no cumplen la función de firma. Estos se dividen en dos grandes grupos: Lo gráfico y lo cromático.

**Linea Gráfica**

Linea Gráfica



GOBERNACIÓN  
de BOLÍVAR

# Indicadores Primarios

## **Identificadores Primarios**



GOBERNACIÓN  
de BOLÍVAR

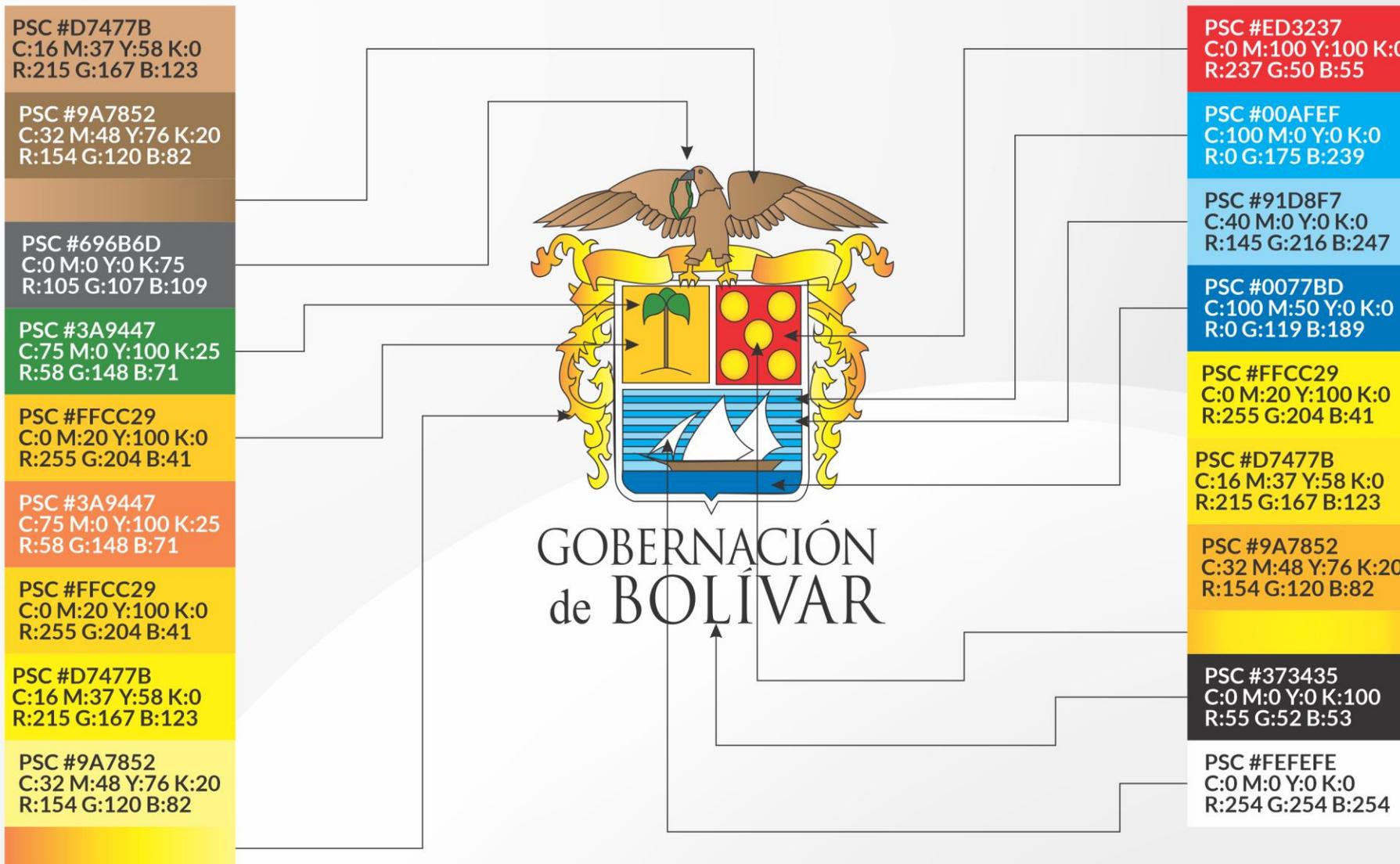
### Escudo

Las Armas especiales del Estado de Bolívar serán un Escudo, partido y encuartelado en la parte superior. En el cuartel de la derecha lleva una palma de coco de su color natural, sobre campo de oro. En el cuartel de la izquierda cinco bezantes de plata colocados en souter sobre campos de gules.

La parte inferior del escudo lleva las aguas del océano atlántico ondulados sobre azul y una embarcación con sus velas sobre todo de sable. El escudo lleva por timbre un águila azorada y en el pico una corona triunfal y adornado el timbre y el escudo de un lambrequín con la forma parecida a las hojas de acanto, con una inscripción por divisa que dice AB ORDINE LIBERTAS.

# IDENTIFICADORES PRIMARIOS

## Paleta de Color



# Indicadores Secundarios

## **Identificadores Secundarios**

GOBERNACIÓN  
de BOLÍVAR

[ GOBERNACIÓN ] tipografía Trajan Pro, espacio entre caracteres -10%.

[ de ] tipografía NimbusRom

[ BOLÍVAR ] tipografía Trajan Pro

## IDENTIFICADORES SECUNDARIOS

### Tipografía Complementaria



**COOLVETICA REGULAR**  
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**  
**1234567890=?i#”%\$**

La familia tipográfica sugerida para el uso en redes sociales, piezas informativas y otro tipo de plataformas es la COOLVETICA.

Esta solo debe usarse cuando implicaciones técnicas no permitan el uso de la familia LATO.

LATO REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890=?;#"%\$

LATO BOLD

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**

**1234567890=?;#"%\$**

LATO BLACK

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

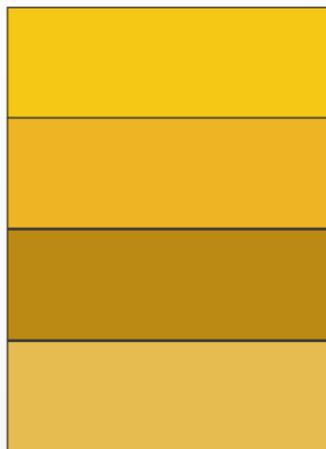
**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**

**1234567890=?;#"%\$**

La tipografía LATO debe utilizarse como primera opción.

# IDENTIFICADORES SECUNDARIOS

## Paleta de Color



PSC #F4C815  
C:5 M:20 Y:100 K:0  
R:244 G:200 B:21

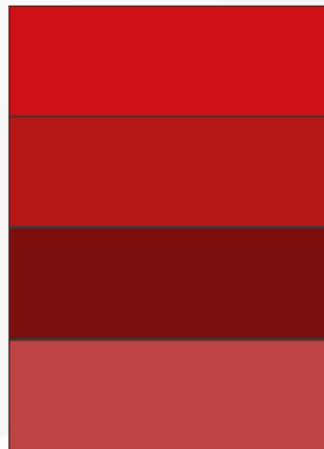
PSC #EDB424  
C:7 M:31 Y:100 K:0  
R:237 G:180 B:36

PSC #EDB424  
C:7 M:31 Y:100 K:0  
R:237 G:180 B:36

PSC #EDB424  
C:7 M:31 Y:100 K:0  
R:237 G:180 B:36



PSC #FEFEFE  
C:0 M:0 Y:0 K:0  
R:254 G:254 B:254



PSC #CD1115  
C:12 M:100 Y:100 K:5  
R:205 G:17 B:21

PSC #B51717  
C:18 M:100 Y:100 K:15  
R:154 G:120 B:82

PSC #B51717  
C:18 M:100 Y:100 K:15  
R:154 G:120 B:82

PSC #B51717  
C:18 M:100 Y:100 K:15  
R:154 G:120 B:82



PSC #EBEAEA  
C:7 M:5 Y:5 K:0  
R:235 G:234 B:234



PSC #EDB424  
C:7 M:31 Y:100 K:0  
R:237 G:180 B:36

PSC #EDB424  
C:7 M:31 Y:100 K:0  
R:237 G:180 B:36

PSC #EDB424  
C:7 M:31 Y:100 K:0  
R:237 G:180 B:36

PSC #EDB424  
C:7 M:31 Y:100 K:0  
R:237 G:180 B:36



PSC #727376  
C:0 M:0 Y:0 K:70  
R:114 G:115 B:118



Esta franja está compuesta por los colores de la bandera y su función es dividir o señalar el aviso. De forma horizontal separará fotografías y textos y de forma vertical separará textos o logos en relación.

# IDENTIFICADORES SECUNDARIOS

## Elementos Gráficos



Estas franjas se manejaran para dividir o identificativo en elementos que proporcionen tamaños muy pequeño o demasiado grandes.

Normatividad

**Normatividad**



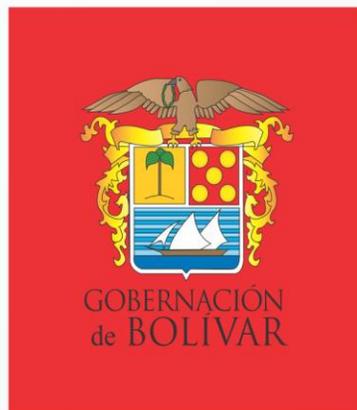
El Escudo tendrá un área de seguridad determinada por la letra “G” de la palabra “GOBERNACIÓN” para dejar los espacios libres necesarios y tener un canon de medida establecido para mantener la armonía y unificación del Escudo en su correcta utilización.



El Escudo tendrá un área de seguridad determinada por la letra "G" de la palabra "GOBERNACIÓN"

# NORMATIVIDAD

## Usos Incorrectos



# Co - Branding

Co - Branding

CO-BRANDING  
Dependencias y entidad



Guía  
Sistema Gráfico



SECRETARÍA  
de Salud



icultur  
INSTITUTO DE CULTURA Y TURISMO DE BOLÍVAR



SECRETARÍA  
de Salud



icultur  
INSTITUTO DE CULTURA Y TURISMO DE BOLÍVAR

# CO-BRANDING Dependencias



**SECRETARÍA  
de Educación**



**SECRETARÍA  
de Agricultura**



**SECRETARÍA de la  
Mujer y Gestión Social**



**SECRETARÍA  
de Salud**



**APOYO  
Logístico**



**SECRETARÍA  
de Infraestructura**



**SECRETARÍA  
de la Mujer**



**CONTROL  
Interno**



**SECRETARÍA  
de Interior**



**SECRETARÍA  
de Planeación**



**Gestión  
de Habitad**



**SECRETARÍA  
de Minas y Energía**



**SECRETARÍA  
Privada**



**SECRETARÍA  
de Hacienda**



**SECRETARÍA  
de Movilidad**



**SECRETARÍA  
Victimas**



**SECRETARÍA  
de Jurídica**

# Aplicativos Visuales

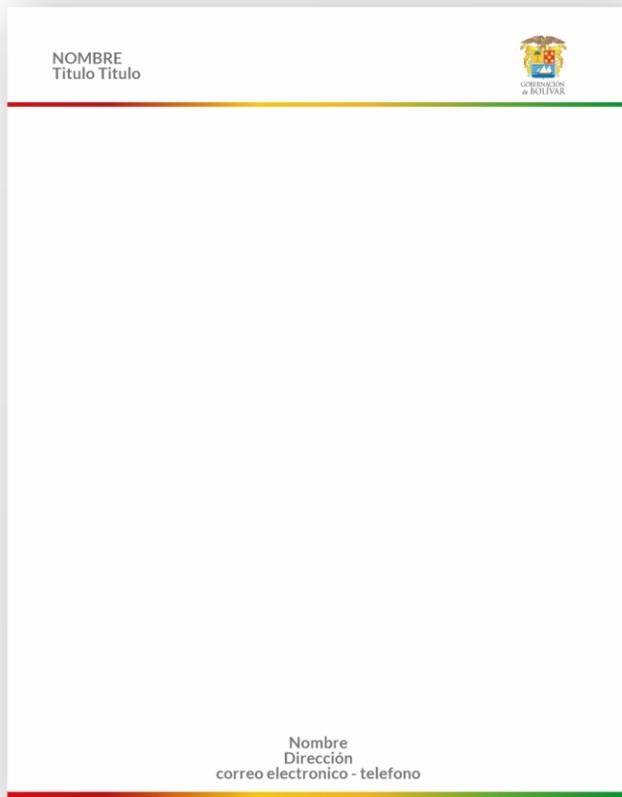
## **Aplicativos visuales**

# APLICATIVOS VISUALES

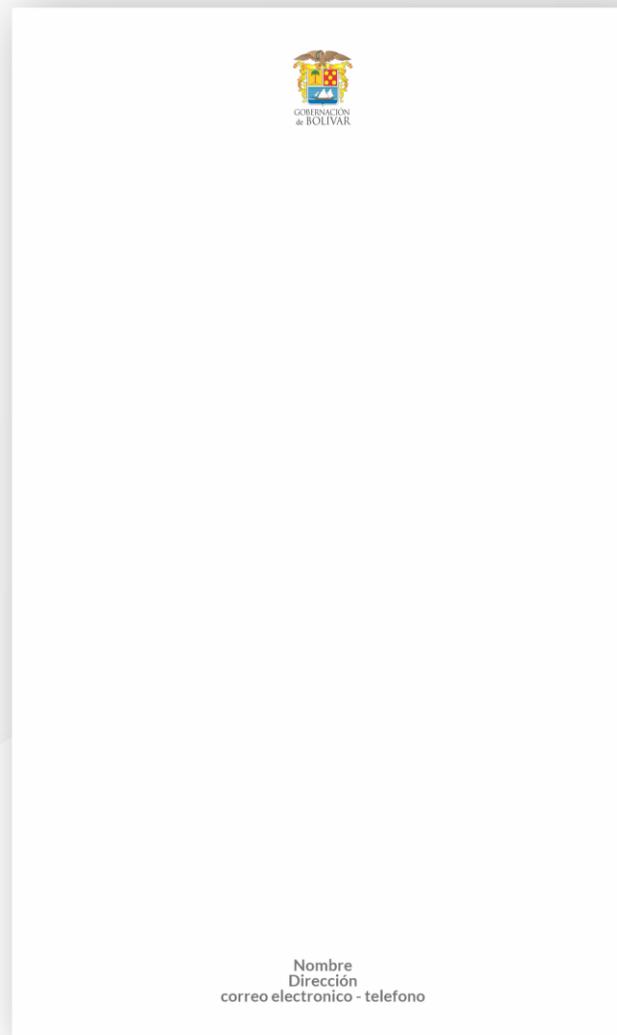
## Papeleria



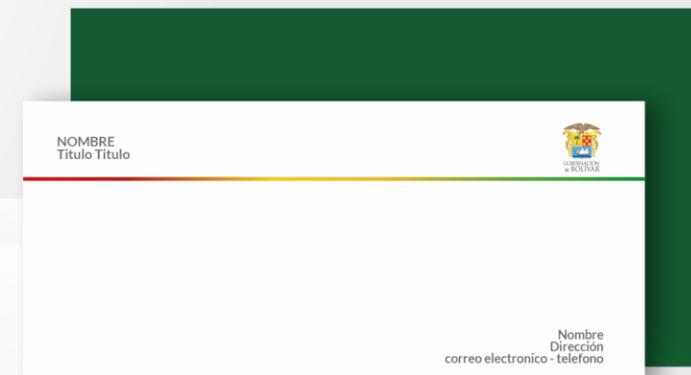
Guía  
Sistema Gráfico



Membrete



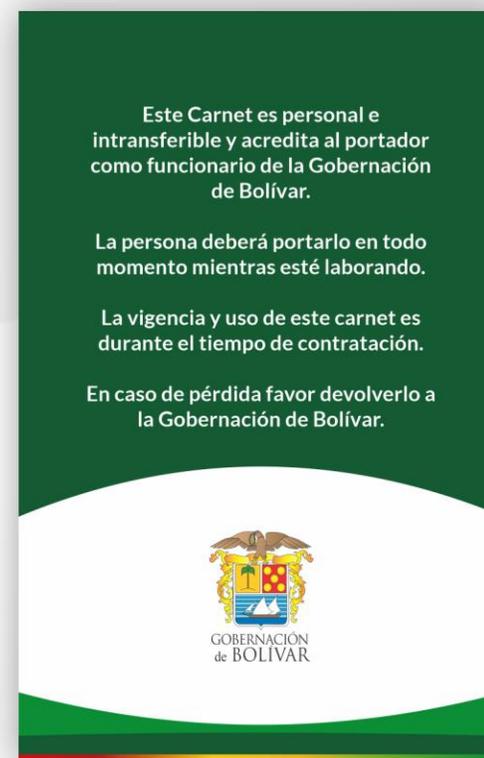
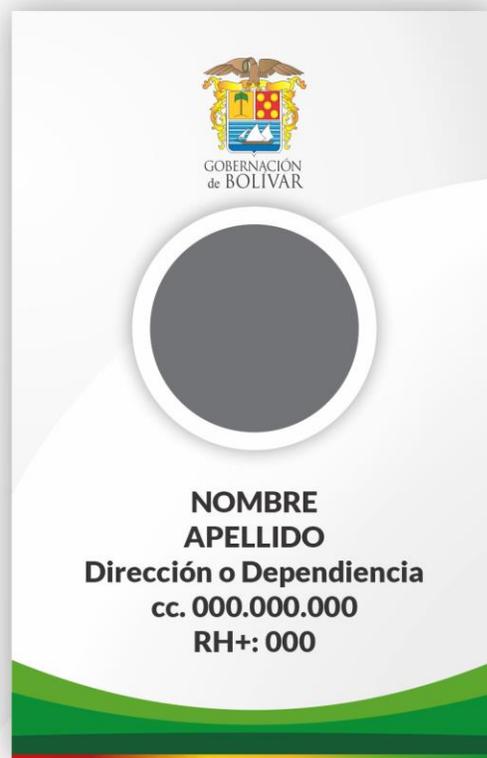
Pergamino



Sobre

# APLICATIVOS VISUALES

## Carnet



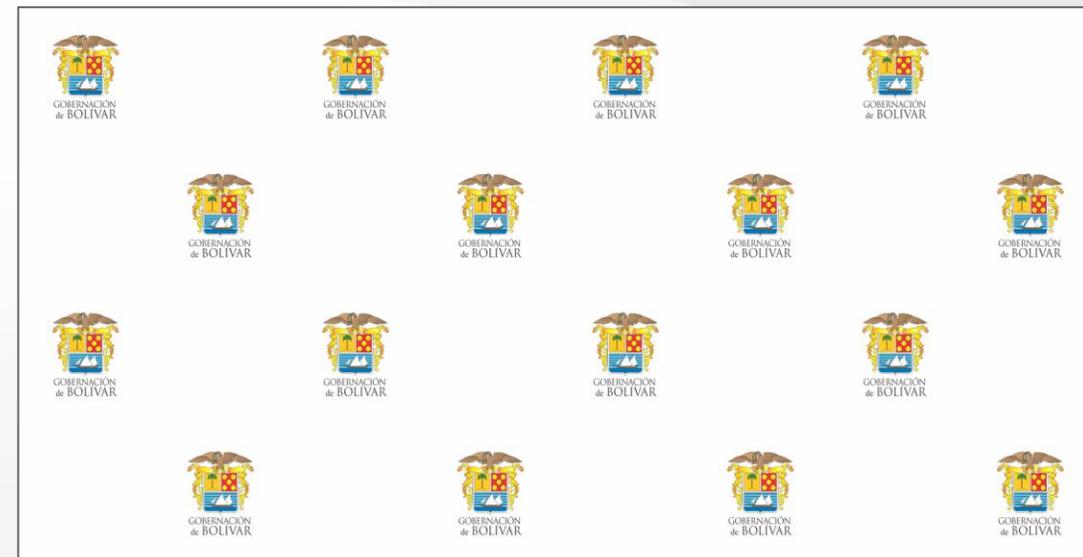
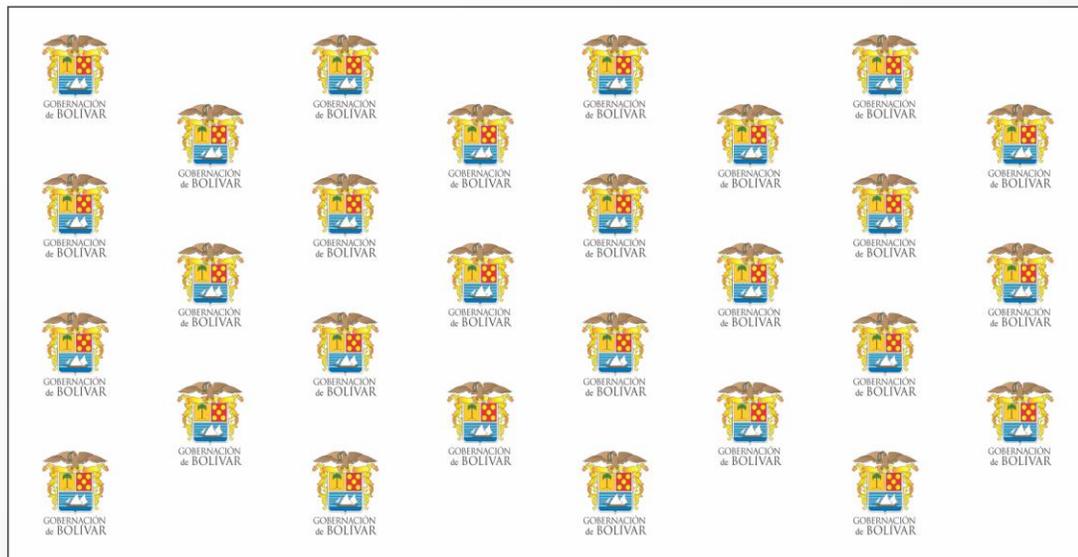
# APLICATIVOS VISUALES

## Mercharndising



# APLICATIVOS VISUALES

## Eventos



# APLICATIVOS VISUALES

## Co-branding



SECRETARÍA  
de Educación



SECRETARÍA  
de Agricultura



SECRETARÍA de la  
Mujer y Gestión Social



SECRETARÍA  
de Salud



APOYO  
Logístico



SECRETARÍA  
de Infraestructura



SECRETARÍA  
de la Mujer



CONTROL  
Interno



SECRETARÍA  
de Interior



SECRETARÍA  
de Planeación



Gestión  
de Habitad



SECRETARÍA  
de Minas y Energía



SECRETARÍA  
Privada



SECRETARÍA  
de Hacienda



SECRETARÍA  
de Movilidad



SECRETARÍA  
Victimas



SECRETARÍA  
de Jurídica



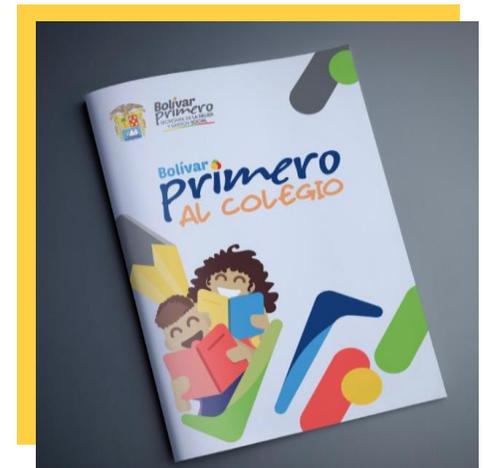
# ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS

---





# ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS





# EVENTOS **ESTRATÉGICOS**

---





# EVENTOS ESTRATEGICOS





# EVENTOS ESTRATEGICOS



**FERIA  
BOLÍVAR AGRO**



**I CUMBRE DE ALCALDES  
DE BOLÍVAR – 2016**



**CUMBRE DE  
PRIMERAS DAMAS**



**EL CARIBE SÍ AVANZA,  
UNIDOS COMO**



**Canal del Dique  
la Bahía de Cartagena,  
hacia una solución definitiva**

**EL CANAL DEL DIQUE Y  
LA BAHÍA DE CARTAGENA,  
HACIA UNA SOLUCIÓN DEFINITIVA**



**VUELTA A LA PAZ**



# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS



# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS



Esta Guía de Gestión de Crisis Comunicacional ofrece una serie de recomendaciones para atender las coyunturas especiales, con el apoyo de propuestas comunicacionales, a fin de controlar y minimizar su posible impacto en La Administración del Departamento de Bolívar a cargo del Gobernador de Bolívar. Está basada en un modelo implementado por expertos en diferentes países y entidades que reconocen estas etapas y consideraciones con el fin de plantear un modelo de seguridad que administre estratégicamente el riesgo y genere una respuesta planeada ante cualquier crisis en comunicación que intente interrumpir la misión y la visión proyectadas por el Gobierno Departamental de Bolívar.

*“Las crisis bien gestionadas pueden ser oportunidades para reposicionar una marca y fortalecerla.”*

(Kent Jarrell (2002) "Crisis communications: Survival in a world of media madness")



# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN SITUACIONES DE CRISIS

- El Manual de Gestión de Crisis se implementa para proteger los principios y las políticas de la Gobernación de Bolívar, frente a contextos adversos inesperados y sorprendidos. El presente manual es una herramienta que agrupará esfuerzos entre los funcionarios, para contrarrestar los momentos de crisis a través de una comunicación acertada que permita conservar una imagen corporativa honesta entre los públicos y los medios masivos de comunicación.
- Es vital un manejo estratégico de la comunicación a nivel interno y externo; ya que el componente de comunicaciones le permitiría a la Gobernación de Bolívar interactuar minuciosamente para difundir, regular, monitorear y controlar el impacto que causen estos acontecimientos en la imagen de la Gobernación de Bolívar.
- Uno de los objetivos que desde Comunicaciones se ha propuesto es garantizar y proteger la imagen del Gobierno de Bolívar Sí Avanza y consolidar una grata percepción de sus servicios, y de las acciones de gobierno que se emprendan.



# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## CICLO DE LA GESTIÓN

*Antes de que se presente una situación de crisis existen fases previas que si son atendidas y controladas oportunamente por la entidad, se contrarrestaría el efecto negativo que consigo traen las crisis.*

**Detección de señales.** Sondear, escuchar y examinar de forma permanente y con los medios internos y externos con que cuenta; para indagar la dinámica del ambiente laboral; y ubicar posibles focos emergentes entre funcionarios, usuarios y medios masivos de comunicación.

**Preparación y prevención.** Implementar acciones en la que se informen, alerten y prevengan a los funcionarios, con el objetivo de impedir y lograr que estén preparados ante la llegada de las crisis evitables e inevitables.

**Acciones de Comunicación.** Con la llegada de la crisis, se requiere manejarla de manera cautelosa con herramientas comunicativas que permitan difundir, interpretar y tratar tanto el problema presentado como el Plan de Respuesta para aminorarlo.

**Control.** De surgir la crisis en dependencias específicas se tratará de evitar que afecte otras instancias de la Gobernación de Bolívar, tratando la emergencia exclusivamente con los funcionarios responsables, sin excluir a los demás.

**Aprendizaje.** Implementar exámenes a los funcionarios para medir las lecciones aprendidas de las experiencias vividas durante el proceso crítico de la empresa; para establecer los niveles de respuestas que se tendrían para futuras crisis internas y externas.



# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## POSIBLES ESCENARIOS DE CRISIS

*De acuerdo con los diagnósticos de comunicación y al análisis de situaciones de crisis que se han presentado en la entidad, se pueden agrupar los principales potenciales escenarios de crisis a los que se puede enfrentar la Gobernación de Bolívar.*

- 1. Asesorías inoportunas a los usuarios:** Actualmente el servicio de Atención al Usuario de la Gobernación de Bolívar, es adelantada por funcionarios de la entidad para brindar asesoría especializada a los públicos que buscan acceder a los servicios de la entidad. En la capacitación, compromiso, lealtad y manejo de información, radica el surgimiento de crisis; son ellos quienes propiciarían eventualmente inconvenientes en la atención al público y por supuesto mediático.
- 2. Respuestas a los medios de comunicación:** Antes, durante o después de una crisis, los medios de comunicación querrán saber cómo responde en estas instancias; y tanto la inmediatez como la pertinencia de las respuestas determinan la buena relación y el adecuado manejo del momento crítico frente a la radio, la prensa, la televisión y la opinión pública. Aquí se debe ser medido y estratégico a través de los portavoces de la empresa.
- 3. Usos inadecuados de los medios internos y externos:** Medios virtuales e impresos; cartelera interna; campañas institucionales; talleres lúdicos y pedagógicos; el voz a voz; Programa Bolívar Sí Avanza, redes sociales, se cuentan como los principales mecanismos de intercambio comunicacional de carácter institucional entre los públicos internos y externos de la organización. Son ellos los que lideran la difusión y recepción de la imagen corporativa, y en ellos radica la prevención o manejo eventual de una crisis informativa, de mensajes tergiversados, de propaganda nociva, de publicidad engañosa o arremetidas mediáticas por intereses determinados.



# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## POSIBLES ESCENARIOS DE CRISIS

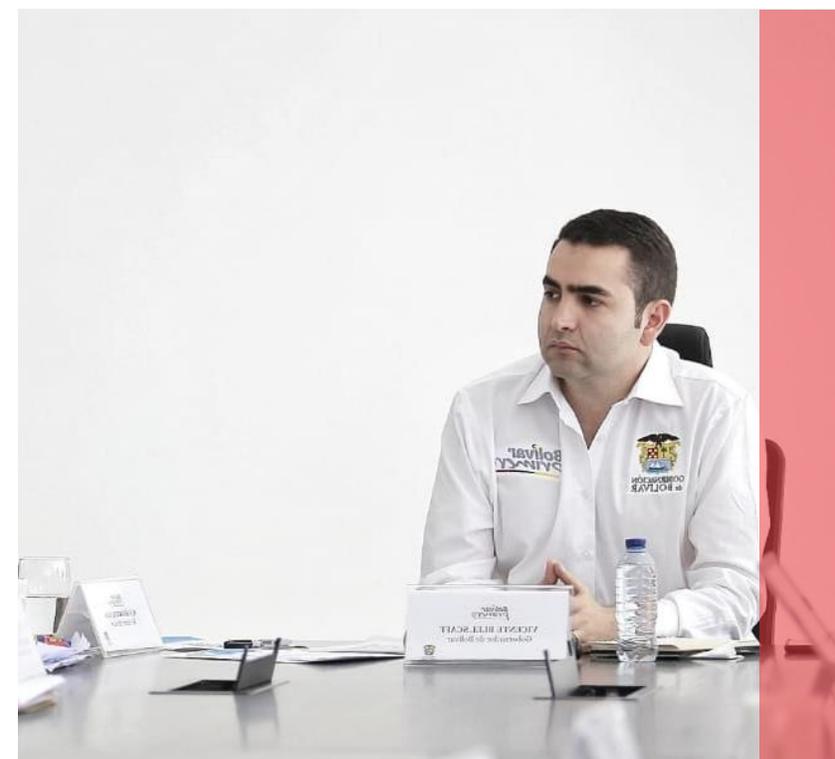
**4. Desastres naturales:** Tormentas, inundaciones y otros eventos relacionados con el clima; al igual que actos no previsibles. Rotura de cañerías, espacios físicos ergonómicos emisión accidental de gases, contaminación del agua o hacia el aire, de cualquier sustancia que pueda amenazar la salud, seguridad y bienestar de los usuarios, beneficiarios. Desastres: Incendios, explosiones y derrumbes de edificios, daños en carreteras, interrupciones de servicios públicos o cualquier suceso que amenace la infraestructura de los municipios interrumpa la oportuna prestación de sus servicios.

**5. Crisis políticas:** Los incidentes terroristas, disturbios, insurrecciones civiles y cualquier circunstancia que ponga en peligro la seguridad, sus funcionarios, sus servicios, proveedores y usuarios.

**6. Administrativas y/o Financieras:** se refieren a situaciones en las cuales se presentan defectos o errores en la gestión administrativa y esta pueda quedar en entredicho frente a cualquier público, así como la falta de transparencia en procesos administrativos o de entrega de recursos financieros a organismos e instituciones de forma oportuna.



*Antes de que se presente una situación de crisis existen fases previas que si son atendidas y controladas oportunamente por la entidad, se contrarrestaría el efecto negativo que consigo traen las crisis.*



# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## ABORDAJE DE LA CRISIS PROCEDIMIENTO



## Etapa 1

### Antes de la Crisis

#### • PASO 1: NOMBRAR COMITÉ DE CRISIS

- Conformar un equipo de trabajo multidisciplinario para gestionar todas las acciones encaminadas a atender situaciones de crisis, este equipo llevará el nombre de Comité de Gestión de Crisis (CGC). El CGC deberá mantenerse localizable y en comunicación permanente con la OFICINA ASESORA DE PRENSA Y COMUNICACIONES, elaborando para ello el Directorio Telefónico para Casos de Crisis.
- Por otra parte, es importante recordar que deberá ser miembro del CGC Voceros autorizados, debidamente preparados para atender a los medios de comunicación con seguridad e idoneidad.

# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## ABORDAJE DE LA CRISIS PROCEDIMIENTO



## Etapa 1 Antes de la Crisis

- **PASO 2: ESTABLECER VOCEROS**

- ✓ LOS VOCEROS Son aquellas personas que tienen la autoridad emanada por el cargo que ocupan y las responsabilidades que atienden dentro de la institución, para dar declaraciones a los medios de comunicación.
- ✓ EL VOCERO –como su nombre lo indica- es la voz de la institución, por lo cual es la figura fundamental de las comunicaciones institucionales (esto aplica tanto para las comunicaciones internas, como para las externas). Al ser vocero institucional, no se estará jamás emitiendo una opinión personal, sino transmitiendo la posición de la institución mediante los mensajes clave.

- **VOCERO PRINCIPAL**

Por la función que ejerce EL VOCERO PRINCIPAL y el conocimiento y control que tiene sobre lo actuado en la administración y por ser quien da la orientación de la institución, El Gobernador, es la única persona autorizada para hablar sobre todos los temas referentes a la administración en momentos de crisis, en declaraciones a los medios de comunicación.

El Gobernador es el único que puede delegar la vocería a otro funcionario (vocero eventual o especializado). En caso de declaraciones dadas por el VP en entrevistas o en ruedas de prensa –o si fueran hechas por un vocero delegado- no se deberán formular aclaraciones ni complementar lo dicho por los voceros en las dependencias, salvo que así lo haya autorizado el VP o el vocero eventual o especializado.

- **VOCEROS EVENTUALES O ESPECIALIZADOS**

Por su experiencia y especialización en ciertos asuntos, otros funcionarios del Gabinete Departamental pueden convertirse en voceros para temas específicos de sus áreas. Estos voceros son altamente especializados en sus actividades (Asesores y/ secretarios de despacho).

# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## ABORDAJE DE LA CRISIS PROCEDIMIENTO



## Etapa 1

### Antes de la Crisis

#### • PASO 3: DETECCIÓN DE SEÑALES DE ALERTA

- Para afrontar adecuadamente una situación de crisis comunicacional, es necesario tener definidas acciones que permitan detectar señales de alerta de cara a la ocurrencia de una posible situación adversa.
- Para ello es importante que la Unidad de Prensa y Comunicaciones realice un seguimiento permanente a lo que dicen, escriben y hacen públicamente las audiencias clave (Editorialistas, Blogs de opinión, Redes sociales), medios de comunicación, grupos de presión de diversa índole, autoridades del Gobierno Nacional, Partidos Políticos, Expertos, Académicos y otros líderes de opinión, sobre cualquier materia que pueda impactar la imagen de la Gobernación de Bolívar y al Gobernador y sus funcionarios. (Para esto contaremos con el Monitoreo Permanente de una empresa especializada en este seguimiento y medición.
- Sin embargo, es importante estar alertas a información que pueda provenir de cualquier funcionario o servidor, pues esta podría ser importante para dar una alerta temprana de situaciones que potencialmente puedan convertirse en una crisis comunicacional. (Alguna información mal expresada, fuera de contexto, falta de conocimiento sobre un tema, etc.)

# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## ABORDAJE DE LA CRISIS PROCEDIMIENTO



## Etapa 1

### Antes de la Crisis

- **PASO 4: TIPIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE LA CRISIS**
- El Comité de Gestión de la Comunicación en Situación de Crisis deberá tipificar y categorizar las crisis atendiendo a los siguientes parámetros:
- Dimensión de la situación: Incidente, señal de crisis o estado de crisis.
- Alcance territorial de la crisis: Local, Nacional o Regional.
- Tipo de Crisis: Seguridad, medio ambiente, entre otros (Basados en los expuestos anteriormente)



# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## ABORDAJE DE LA CRISIS PROCEDIMIENTO

### Etapa 1 - Antes de la Crisis

TIPOS DE CRISIS Y ESCENARIOS POTENCIALES	EJEMPLOS
<b>Percepciones públicas:</b> se refiere a cualquier desviación en la información que pueda existir entre lo que la Gobernación y el Gobernador representa y la percepción de alguna situación o circunstancia que nuestros públicos puedan tener de la entidad.	Rumores negativos, noticias o reportajes en los medios de comunicación con información inexacta o contraria a nuestro interés. Cuestionamiento público por terceros sobre El Gobernador, La Gobernación a alguno de sus Funcionarios
<b>Administrativas y/o Financieras:</b> se refieren a situaciones en las cuales se presentan defectos o errores en la gestión administrativa y esta pueda quedar en entredicho frente a cualquier público, así como la falta de transparencia en procesos administrativos o de entrega de recursos financieros a organismos e instituciones de forma oportuna.	Faltas administrativas, uso indebido de recursos (Malversación). Corte de crédito y/o financiamiento a proyectos o convenios Determinados. Indisponibilidad financiera. Intervenciones del gobierno Nacional a dependencias.
<b>Políticas:</b> se refiere a situaciones en las que pueda existir un conflicto de interés por diferencias, bien sea con el Gobierno Nacional o con alguna autoridad, funcionario público, partido político, etc.	Desacuerdos políticos, disolución de Acuerdos de carácter Nacional, exigencias particulares de algún representante del Gobierno u Organismo de Control que no esté a tono con la misión o estrategias de la Gobernación de Bolívar o que no cumpla con los lineamientos del Código de ética de la Función pública.



# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## ABORDAJE DE LA CRISIS PROCEDIMIENTO

### Etapa 1 - Antes de la Crisis

TIPOS DE CRISIS Y ESCENARIOS POTENCIALES	EJEMPLOS
<b>Sociales:</b> se refiere a situaciones en las que grupos organizados de la sociedad civil se vean o se consideren afectados por las políticas de la Gobernación, o por el desarrollo de algún proyecto ejecutado por un gerente público que afecte a una comunidad, en este caso Municipio.	Protestas públicas, mala prensa, daños generados en comunidades o el ambiente Por un proyecto determinado. Entre otros ejemplos.
<b>Operativas de seguridad de Personal, Instalaciones y/o Equipos:</b> Es cualquier situación que afecte el normal desenvolvimiento de las operaciones regulares de la Entidad. Así también, se refiere a la ocurrencia de daños en instalaciones o personas.	Amenazas de bombas, atentado a la oficina, secuestro de un funcionario (a), muerte o accidente de un funcionario (a), detención policial de un funcionario (a), desastres naturales, etc.
<b>Laborales:</b> se refiere a situaciones derivadas de la Relación de la Gobernación con sus funcionarios.	Acoso sexual, tráfico de influencias, huelgas o protestas de trabajadores, Proveedores, etc.



# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## ABORDAJE DE LA CRISIS PROCEDIMIENTO

### Etapa 1 - Antes de la Crisis

- **PASO 5: ESTABLECER SEMANALMENTE EN CONSEJOS DE GOBIERNO O REUNIONES DEL COMITÉ DE CRISIS POSIBLES TEMAS DE INTERÉS QUE SERÁN CAPTADOS, DIFUNDIDOS Y CLASIFICADOS SEGÚN REPRESENTEN UNA AMENAZA**
- Estableciendo parámetros de clasificación y revisión de los temas de importancia semanal o mensual se propone determinar los niveles de afectación de la imagen gubernamental a través de una medida tipo semáforo, esto para medir el impacto y riesgo que representen los temas y situaciones a abordar durante un período:

#### SEMAFORIZACIÓN DE LA CRISIS



**SEMÁFORO  
VERDE**

Detección de variables de riesgo focalizadas sin demasiada notoriedad y con final cierto y manejable

**SEMÁFORO  
AMARILLO**

Detección de variables de riesgo de amplio espectro, con notoriedad pública y final cierto

**SEMÁFORO  
ROJO**

Detección de variables de riesgo graves, con alta notoriedad pública y final incierto



# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## ABORDAJE DE LA CRISIS PROCEDIMIENTO

### Etapa 1 - Antes de la Crisis

- **PASO 5: ESTABLECER SEMANALMENTE EN CONSEJOS DE GOBIERNO O REUNIONES DEL COMITÉ DE CRISIS POSIBLES TEMAS DE INTERÉS QUE SERÁN CAPTADOS, DIFUNDIDOS Y CLASIFICADOS SEGÚN REPRESENTEN UNA AMENAZA**
- Estableciendo parámetros de clasificación y revisión de los temas de importancia semanal o mensual se propone determinar los niveles de afectación de la imagen gubernamental a través de una medida tipo semáforo, esto para medir el impacto y riesgo que representen los temas y situaciones a abordar durante un período:

#### SEMAFORIZACIÓN DE LA CRISIS



**SEMÁFORO  
VERDE**

Detección de variables de riesgo focalizadas sin demasiada notoriedad y con final cierto y manejable

**SEMÁFORO  
AMARILLO**

Detección de variables de riesgo de amplio espectro, con notoriedad pública y final cierto

**SEMÁFORO  
ROJO**

Detección de variables de riesgo graves, con alta notoriedad pública y final incierto



# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## ABORDAJE DE LA CRISIS PROCEDIMIENTO

### Etapa 1 - Antes de la Crisis

- **Esta actividad se debe realizar en cada Consejo de Gobierno para que aprovechando el espacio se discutan y conozcan las alertas de forma oportuna.**
- En este ejercicio se debe responder a estas preguntas:
- ¿Cuál es la situación que se ha presentado o cuál es la situación que se prevé pueda suceder?
- ¿Cuál es el posible impacto que pueda tener para la entidad?
- ¿A quiénes afecta la situación?
- ¿La situación es de conocimiento público? ¿Hay información en los medios de comunicación?
- Cualquier otra información que considere relevante debe ser determinada por el CGS

#### SEMAFORIZACIÓN DE LA CRISIS



**SEMÁFORO  
VERDE**

Detección de variables de riesgo focalizadas sin demasiada notoriedad y con final cierto y manejable

**SEMÁFORO  
AMARILLO**

Detección de variables de riesgo de amplio espectro, con notoriedad pública y final cierto

**SEMÁFORO  
ROJO**

Detección de variables de riesgo graves, con alta notoriedad pública y final incierto

# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## ABORDAJE DE LA CRISIS PROCEDIMIENTO

**DEBE:**

Tan pronto como se detecta la contingencia comunicacional, se recomienda reunir al CGS que será convocado por la UPYC (Unidad de Prensa y Comunicaciones).



## Etapa 2 Durante la Crisis

### ✓ PASO 1: ACTIVAR EL CGS COMITÉ DE GESTIÓN DE CRISIS

#### • EL CGS Y LA UNIDAD DE PRENSA Y COMUNICACIONES

- Reunir toda la información posible
- Evitar los vacíos de información comunicando lo antes posible
- No apresurarse a comunicar por la presión de los periodistas u otros grupos
- Determinar el formato de la comunicación (nota de prensa, carta, reuniones con representantes, conferencia de prensa...)
- Establecer un mecanismo de monitoreo inmediato en todos los medios para comprobar el alcance de la crisis
- Determinar la secuencia y la coherencia de la comunicación, en caso de que se trate de una crisis con extensión en el tiempo
- Dejar clara la política del Gobierno Departamental en cuanto a rumores e imprecisiones aparecidos en los medios de comunicación.

# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## ABORDAJE DE LA CRISIS PROCEDIMIENTO

**NO  
DEBE:**

- ✓ **PASO 1: ACTIVAR EL CGS COMITÉ DE GESTIÓN DE CRISIS**
- ✓ **EL CGS, LOS VOCEROS Y LA UNIDAD DE PRENSA Y COMUNICACIONES**
  - Informar sin el conocimiento previo y la aprobación del comité y de la alta dirección.
  - Permitir que los voceros hagan declaraciones públicas sin preparar previamente sus intervenciones.
  - Comunicar sólo a los medios "amigos".
  - Mentir sobre información crucial.
  - Reservarse datos fundamentales para minimizar el acontecimiento.
  - Mostrar incompetencia, falta de control y arrogancia.
  - Ser insensible a las implicaciones emocionales entre los afectados por el acontecimiento.
  - Dar información "off the record" a periodistas u otros representantes de grupos involucrados.
  - No considerar todas las posibles implicaciones del acontecimiento.
  - Tener en consideración sólo a los periodistas a la hora de comunicar.



## Etapa 2 Durante la Crisis



# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## ABORDAJE DE LA CRISIS PROCEDIMIENTO

### Etapa 2 – Durante la Crisis

#### ✓ PASO 2: CUMPLIR UN PROTOCOLO PARA LA ATENCIÓN Y RECEPCIÓN DE SOLICITUDES DE INFORMACIÓN SOBRE LO ACONTECIDO

##### • 1. De las llamadas:

Al recibir las llamadas telefónicas, la/el recepcionista deberá:

- Escuchar con atención a su interlocutor
- Tomar los datos de la llamada
- Verificar con La OAPC la posibilidad de atender la llamada, particularmente las de representantes de los medios de comunicación, el Gobierno y/o las autoridades.
- Una vez terminada la llamada, se limitará a pasar esta información de inmediato a La OAPC.
- En la medida de lo posible, los voceros no deben atender sus teléfonos directos, sino direccionarlos para que otra persona atienda las llamadas para que de esta forma se pueda filtrar las llamadas para que el funcionario tenga tiempo de preparar sus respuestas cuando sea necesario.

*Al momento en que ocurra una crisis comunicacional, es probable que se reciban distintas llamadas y/o visitas de medios o autoridades, entre otros. El funcionario que reciba tal solicitud deberá informar sobre la situación de crisis comunicacional al CGS y a la UPYC, de forma tal que se canalicen adecuadamente las llamadas y/o visitas relacionadas con la situación que se haya presentado.*



# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## ABORDAJE DE LA CRISIS PROCEDIMIENTO

### Etapa 2 – Durante la Crisis

#### ✓ PASO 2: CUMPLIR UN PROTOCOLO PARA LA ATENCIÓN Y RECEPCIÓN DE SOLICITUDES DE INFORMACIÓN SOBRE LO ACONTECIDO

##### • 2. De los visitantes

- Ante una crisis comunicacional, es altamente probable que se intensifique el tráfico de visitantes en las instalaciones de la Gobernación de Bolívar.
- Es importante que a partir de la notificación del suceso de crisis comunicacional, se proceda a alertar sobre la posible necesidad de controlar el acceso de cualquier visitante proveniente de los medios o autoridades sin notificar previamente su presencia al Vocero por parte de la UPYC.

##### Se debe:

- Estar atento a posibles visitas intempestivas por parte de terceros (medios de comunicación, autoridades, ONG, partidos políticos o sindicatos, etc.).
- Manejarse con prudencia, de forma respetuosa y con la mayor cordialidad posible, pero firme a la vez, en su posición de no permitir accesos o declaraciones de personal no autorizado.
- Hacer respetar las indicaciones y procedimientos de seguridad.

*Ante una crisis comunicacional, es altamente probable que se intensifique el tráfico de visitantes en las instalaciones de la Gobernación de Bolívar.*

*Es importante que a partir de la notificación del suceso de crisis comunicacional, se proceda a alertar sobre la posible necesidad de controlar el acceso de cualquier visitante proveniente de los medios o autoridades sin notificar previamente su presencia al Vocero por parte de la OAPC.*



# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## ABORDAJE DE LA CRISIS PROCEDIMIENTO

### Etapa 2 – Durante la Crisis

- **PASO 2: CUMPLIR UN PROTOCOLO PARA LA ATENCIÓN Y RECEPCIÓN DE SOLICITUDES DE INFORMACIÓN SOBRE LO ACONTECIDO**
- **2. De los visitantes**

Para atender a los medios de comunicación adecuadamente, una vez que se hacen presentes en nuestras instalaciones, la OAPC debe tomar en consideración los siguientes puntos:

1. Solicitar los nombres de los periodistas y medios de comunicación que representan.
2. Indicar que deberán esperar unos breves minutos.
3. En caso de llegada directa de los periodistas al funcionario se debe Informar a la UPYC la presencia de los medios de comunicación y solicitar el procedimiento a seguir. Recuerde precisar la información sobre los datos de los periodistas.
4. Esperar autorización para comunicar a los periodistas quién los atenderá y cuánto tiempo tardará en estar con ellos.

*Es importante resaltar que existe una alta probabilidad que los medios de comunicación busquen información y reacciones sobre la situación de funcionarios y servidores de la Administración, bien sea por la vía telefónica o incluso se hagan presentes en sus oficinas, en cuyo caso, es importante tener en cuenta el tratamiento que se le prestará a los medios de comunicación a su llegada a La Gobernación.*

*Los medios de comunicación son los que reflejarán la crisis ante la opinión pública. Las informaciones que publiquen generarán una matriz de opinión sobre El Gobernador y su Administración durante esta situación adversa, por ello, su correcta atención en nuestras instalaciones se hace particularmente importante*



# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## ABORDAJE DE LA CRISIS PROCEDIMIENTO

### Etapa 2 – Durante la Crisis

#### ✓ PASO 2: CUMPLIR UN PROTOCOLO PARA LA ATENCIÓN Y RECEPCIÓN DE SOLICITUDES DE INFORMACIÓN SOBRE LO ACONTECIDO

##### 3. Sobre el manejo y buen uso de Medios Electrónicos

##### Medios Electrónicos Internos

- **Carpeta compartida (Intranet)**
  - Durante una situación de crisis comunicacional, el público interno debe estar entre los primeros a ser informados, con el fin de minimizar la incertidumbre y las posibilidades de rumor. Además, proveerlos de la información necesaria permitirá alinearlos con la política del Gobierno.
- **Correo electrónico**
  - Para el buen uso del correo electrónico interno durante casos de crisis comunicacional es importante seguir las siguientes recomendaciones:
    - En caso de recibir por correo electrónico preguntas relacionadas al caso en particular, sólo se deberá responder a las mismas con base en los mensajes definidos por el CGS y la OAPC.
    - No se agregará más información de la solicitada o se complementará con opiniones o especulaciones.
    - El correo electrónico debe ser utilizado sólo en aquellos casos en los que el vocero no pueda recurrir a otro medio de comunicación, responder en persona o por teléfono.
    - El contacto a través de correo electrónico, eventualmente será realizado por el Vocero o persona autorizada para tal fin y copiará en todo momento a la UPYC para mayor control de las acciones.
- **Boletines Extraordinarios**
  - En caso de ser necesario, el CGS o la UPYC podrá decidir la edición de un boletín extraordinario como una herramienta adicional para la emisión de la información necesaria.



# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## ABORDAJE DE LA CRISIS PROCEDIMIENTO

### Etapa 2 – Durante la Crisis

#### ✓ PASO 2: CUMPLIR UN PROTOCOLO PARA LA ATENCIÓN Y RECEPCIÓN DE SOLICITUDES DE INFORMACIÓN SOBRE LO ACONTECIDO Medios Electrónicos Externos

##### 3. Sobre el manejo y buen uso de Medios Electrónicos

- **Redes Sociales**
  - El CGS y la OAPC podrá tomar la determinación de utilizar la página web de la Gobernación de Bolívar, como una herramienta de difusión de sus mensajes clave y notas de prensa relacionadas con la crisis comunicacional.
- **Correos electrónicos**
  - Todo correo electrónico destinado a públicos externos y relacionado en su contenido a la situación de crisis comunicacional, deberá ser aprobado por el CGS.
  - En el caso de correos electrónicos dirigidos a los medios de comunicación social, éstos deberán ser enviados por la OAPC únicamente, previa aprobación del CGC.



# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## ABORDAJE DE LA CRISIS PROCEDIMIENTO

### Etapa 2 – Durante la Crisis

En el caso que sea necesario fijar una posición inicial sobre un suceso determinado, es muy probable que haya que recurrir a una declaración pública (comunicado). Para ello es importante que tome en consideración los siguientes aspectos para su preparación.

Así mismo, se preverá la adopción de los recursos necesarios para atender a los medios masivos de comunicación en virtud de la gravedad de la crisis:

**Sala de prensa:**

1. Realización de eventos informativos.
2. Atención de medios de información.
3. Sala para rueda de prensa (Auditorio)

### ✓ PASO 3: PROTOCOLO PARA LA ELABORACIÓN DE LA DECLARACIÓN PÚBLICA DURANTE LA CRISIS

- Los mensajes y declaraciones que se difundan deben responder a los siguientes enfoques:
  1. Conocimiento de los hechos.
  2. Inicio de las investigaciones para determinar los hechos.
  3. Control de la situación.
  4. Preocupación por los afectados.
  5. Medidas que se van adoptando.
  6. Transparencia y apertura.
  7. En todo momento, hay que evitar especulaciones y opiniones personales como estrategias para regular el impacto de la crisis y su control absoluto.
  8. Explique la situación.
  9. Destaque la preocupación de la Gobernación de Bolívar por solventarla y evitar consecuencias.
  10. Comunique el trabajo que está realizando la Gobernación de Bolívar, bien sea por sí sola o en estrecha colaboración con las autoridades involucradas, para controlar y resolver la situación.
  11. De ser posible, mencione los recursos que se están utilizando.
  12. Informe de las acciones que haya tomado o vaya a tomar para evaluar o actuar frente a la situación.
  13. Informe sobre los canales de comunicación que estará utilizando para reseñar el desarrollo de la crisis comunicacional, si los hubiere.
  14. No incluir información especulativa, no involucre opiniones personales propias ni de ningún otro funcionario de y, sobre todo, no mienta.



# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## ABORDAJE DE LA CRISIS PROCEDIMIENTO

### Etapa 2 – Durante la Crisis

En el caso que sea necesario fijar una posición inicial sobre un suceso determinado, es muy probable que haya que recurrir a una declaración pública (comunicado). Para ello es importante que tome en consideración los siguientes aspectos para su preparación.

Así mismo, se preverá la adopción de los recursos necesarios para atender a los medios masivos de comunicación en virtud de la gravedad de la crisis:

**Sala de prensa:**

1. Realización de eventos informativos.
2. Atención de medios de información.
3. Sala para rueda de prensa (Auditorio)

### ✓ PASO 3: PROTOCOLO PARA LA ELABORACIÓN DE LA DECLARACIÓN PÚBLICA DURANTE LA CRISIS

- Los mensajes y declaraciones que se difundan deben responder a los siguientes enfoques:
  1. Conocimiento de los hechos.
  2. Inicio de las investigaciones para determinar los hechos.
  3. Control de la situación.
  4. Preocupación por los afectados.
  5. Medidas que se van adoptando.
  6. Transparencia y apertura.
  7. En todo momento, hay que evitar especulaciones y opiniones personales como estrategias para regular el impacto de la crisis y su control absoluto.
  8. Explique la situación.
  9. Destaque la preocupación de la Gobernación de Bolívar por solventarla y evitar consecuencias.
  10. Comunique el trabajo que está realizando la Gobernación de Bolívar, bien sea por sí sola o en estrecha colaboración con las autoridades involucradas, para controlar y resolver la situación.
  11. De ser posible, mencione los recursos que se están utilizando.
  12. Informe de las acciones que haya tomado o vaya a tomar para evaluar o actuar frente a la situación.
  13. Informe sobre los canales de comunicación que estará utilizando para reseñar el desarrollo de la crisis comunicacional, si los hubiere.
  14. No incluir información especulativa, no involucre opiniones personales propias ni de ningún otro funcionario de y, sobre todo, no mienta.

# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## ABORDAJE DE LA CRISIS PROCEDIMIENTO

Después de ocurrida una crisis que repercutió en el funcionamiento habitual de la Gobernación de Bolívar, es conveniente evaluar lo sucedido para sentar precedentes que admitan en futuros casos, la posibilidad de detectar a tiempo la presencia de síntomas de problemas; y revisar las medidas adoptadas indagando por su coherencia y por la solución que otorgan a este suceso.



## Etapa 3

## Después de la Crisis

### ✓ PASO 1: Evaluación Post-Crisis

- Verificar la normalización de la situación y con ello la superación de la crisis comunicacional.
- Informar a los públicos clave la superación de la crisis comunicacional y la normalización de la situación.
- Hacer seguimiento a los medios de comunicación locales, para determinar si fueron publicadas noticias al respecto.
- Cotejar que las informaciones publicadas estén ajustadas a la realidad.
- Verificar que la posición pública de La gobernación de Bolívar en los medios de comunicación es clara y precisa.
- El equipo que conforme el CGC y los responsables de La OAPC deberán compilar toda la información resultante de haber mantenido un monitoreo permanente del entorno durante la situación. Este equipo requerirá todo el apoyo de los voceros y funcionarios involucrados en el proceso, para que aporten sus experiencias, y así impulsar el proceso de aprendizaje sobre el manejo de las situaciones de crisis comunicacional. Algunos ejemplos de los materiales a recopilar son:
  - Copia de los videos grabados durante la crisis comunicacional.
  - Copia de las noticias sobre la crisis comunicacional difundidas en medios audiovisuales. (Material hemerográfico como noticias en prensa, medios online, entre otros sobre la crisis comunicacional o Material documental utilizado por la Gobernación tales como memos, informes, notas de prensa, oficios, etc.)
  - Procurar conservar el Material fotográfico disponible y organizado cronológicamente.
- El CGS y La OAPC determinarán si es necesario o no enviar un comunicado informando que la situación fue controlada, culminada o solventada.

# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## ABORDAJE DE LA CRISIS PROCEDIMIENTO

El CGC, deberá elaborar un informe final de lo que fue la atención a la situación de crisis comunicacional, con el fin de conservar información valiosa a partir de la cual los involucrados obtengan un aprendizaje sobre el proceso vivido. Con esta información se cierra el proceso y servirá para aquellos que en el futuro ocupen posiciones de relevancia en la institución.



## Etapa 3

## Después de la Crisis

### ✓ PASO 2: Evaluación de Cierre

Para elaborar el informe final se recomienda tomar en consideración los siguientes puntos:

- Breve descripción del inicio de la situación de crisis comunicacional.
- Causa comprobada del suceso.
- Breve descripción de las acciones llevadas a cabo hasta declarar el final de la crisis comunicacional. Señalar cuáles fueron realizadas por La Gobernación.
- Públicos afectados y/o involucrados.
- Daños ocasionados a las instalaciones de La Gobernación u otras instalaciones, si los hubiere.
- Activación y operación del CGC.
- Inconveniente que se presentaron durante la gestión de crisis comunicacional.
- Posición definitiva de La Gobernación, en torno al suceso.
- Probabilidades de que este evento se repita. Medidas tomadas para evitarlo.

# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## ABORDAJE DE LA CRISIS PROCEDIMIENTO



## Etapa 3

## Después de la Crisis

### ✓ PASO 2: Evaluación de Cierre

- Si lo considera necesario, agregue cualquier otra información relevante en torno al caso. El informe podrá contemplar, además, los siguientes aspectos en caso de que sea pertinente:
- **En torno a las autoridades**
  - Autoridades que participaron en el suceso (datos).
  - Actividades que se llevaron a cabo.
  - Posición definitiva en torno al suceso.
- **En torno a los medios de comunicación:**
  - Medios de comunicación que cubrieron el evento.
  - Posición definitiva de los medios.
- **En torno a otros públicos:**
  - Posición de sindicatos, gremios, entidades no gubernamentales y/o empresas privadas.
  - Tensiones que existan con estos públicos, si las hubiere.

# COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

## ABORDAJE DE LA CRISIS PROCEDIMIENTO



## Etapa 3

## Después de la Crisis

### ✓ PASO 3: Aprendizaje

El aprendizaje es clave para la gerencia de situaciones con características similares que se puedan presentar en el futuro. Para ello, y con el informe detallado ya elaborado, La UPYC estará con capacidad de realizar una evaluación de la calidad y efectividad de la respuesta, actualizar y proponer mejoras a este Manual.

- Entre las acciones que se recomiendan para esta evaluación están:
- Evaluar la efectividad de las respuestas ofrecidas por la Gobernación frente a la crisis comunicacional.
- Evaluar la calidad y efectividad del Plan de Crisis Comunicacional implementado.
- Evaluar la coordinación y efectividad del CGC, La UPYC y Los Voceros.
- Proponer mejoras a la presente Guía.

**POLÍTICA DE  
COMUNICACIONES  
GOBERNACIÓN DE  
BOLÍVAR**



GOBERNACIÓN  
de BOLÍVAR