

POLÍTICA EDITORIAL

Introducción

El Grupo de Comunicaciones de la Oficina de Información Pública, desarrolla su labor con base en evidencias y registros de las acciones que adelanta el Ministerio del Interior, el Gobierno nacional y las entidades adscritas, que son consignadas en documentos y que, en su gran mayoría, se difunden en medios de comunicación internos y externos.

Con el fin de que los procedimientos de difusión en los diferentes canales se lleven a cabo con rigurosidad, se reduzcan los riesgos en la publicación y se incremente la calidad y oportunidad de la misma, es necesario centralizar toda la estructura de divulgación en una Política Editorial que la respalde.

La Política Editorial es el documento guía que establece directrices para contenido, diseño, publicación y divulgación en los diferentes medios de comunicación de la Entidad, que permite optimizar su funcionamiento y regulación, considerando procesos, políticas de comunicación, Plan Estratégico de Comunicación, Gobierno en Línea y normas inherentes.

Mediante Resolución No. 2115 del 19 de octubre de 2011, se crea, organiza y se establecen las siguientes funciones para el Grupo de Comunicaciones:

1. Asesorar y acompañar a los despachos del Ministro (a), Viceministros, Secretaría General y demás dependencias del Ministerio del Interior, en el diseño e implementación de estrategias de comunicación para la divulgación de las actividades desarrolladas en los planes, programas y proyectos.
2. Divulgar previa autorización del ministro del Interior, comunicados oficiales relacionados con las actividades de la entidad.
3. Coordinar con las dependencias del Ministerio, la preparación de la información y divulgación referentes al desarrollo de actividades propias de la Entidad.
4. Desarrollar estándares y buenas prácticas en el sector del Interior para el desarrollo de la información y las comunicaciones.
5. Proponer el uso de los medios de comunicación internos para apoyar la gestión de la Entidad.



6. Diseñar boletines y servicios informativos internos en forma periódica, relacionados con el desarrollo de las funciones, planes, programas y proyectos de la entidad que sean de interés y motivación para los servidores del Ministerio del Interior.
7. Diseñar y acompañar estrategias de comunicación a nivel interno y externo, que apoyen y motiven la gestión del Ministerio.
8. Desarrollar estrategias de comunicación externa y sectorial de interés de los ciudadanos, para mantenerlos bien informados.
9. Participar activamente de los mecanismos de control definidos por el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para que el Ministerio del Interior y las entidades del sector apliquen los estándares y lineamientos.
10. Apoyar la divulgación de los Trámites y Servicios que deba prestar el Ministerio en línea al ciudadano.
11. Las demás funciones que le sean asignadas y que correspondan a la naturaleza para la cual fue creado el grupo.

Consejo Editorial

Está integrado por el jefe de la Oficina de Información Pública, el coordinador del Grupo de Comunicaciones y el asesor designado por el despacho del ministro(a) los periodistas que hacen parte de los equipos de Prensa y Comunicación Institucional.

Este Consejo se reunirá una vez a la semana o antes, de acuerdo a la necesidad en materia de comunicaciones.

Funciones:

1. Garantizar la implementación de los estándares, buenas prácticas y principios para el manejo de la información estatal.
2. Proponer contenidos relevantes y pertinentes, de acuerdo con el contexto y situación, que favorezcan el posicionamiento de la Entidad y sus directivas.
3. Seleccionar contenidos relevantes en coherencia con los propósitos de cada dirección.
4. Establecer los planes o estrategias de contingencia en temas de comunicación.
5. Establecer los temas y cronogramas, para la realización de productos comunicacionales de la Oficina de Información Pública.
6. Definir la línea gráfica de acuerdo con el Manual de Imagen de Presidencia de la República.



7. Revisar y aprobar los productos audiovisuales presentados por el equipo de comunicaciones.
8. Asignar las labores a los grupos de comunicaciones.

Contenidos de Prensa

Está dirigido a medios de comunicación, instituciones y ciudadanía. Su contenido es noticioso, actualizado, objetivo, veraz y oportuno sobre gestión y resultados del Ministerio del Interior, el Gobierno Nacional y Entidades adscritas.

Objetivo

- Manejo de la imagen del (la) ministro (a) del Interior.
- Realizar el acompañamiento y cubrimiento periodístico al jefe de la cartera política y Viceministros de Política y Participación.
- Realizar los boletines y comunicados de Prensa.
- Generar contenidos, gestionar, mantener y desarrollar las redes sociales oficiales de la Entidad.
- Generar contenidos periodísticos para la página Web oficial de la Entidad.
- Atender los requerimientos de la Consejería para las Comunicaciones de la Presidencia de la República.

GESTIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Información formal o informal que transmite el Ministerio del Interior a funcionarios y contratistas, en forma veraz, oportuna y objetiva sobre la gestión, actividades y resultados del Ministerio, del Gobierno Nacional y las entidades adscritas. Su objetivo es generar sentido de pertenencia, fomentar la cultura organizacional, incrementar la productividad y fortalecer la imagen institucional.

Medios de Comunicación

El Ministerio del Interior a través de medios digitales, divulga la información institucional que considera de conocimiento para su grupo objetivo:

Medio	Periodicidad	Responsable
Página Web	Diaria	Contenidos prensa
Micrositios	Diaria	Grupo de Comunicaciones
Boletín	Mensual	Grupo de Comunicaciones
Informativo	Semanal	Grupo de Comunicaciones



Redes sociales	Diario	Contenidos prensa
Correo electrónico	Permanente	Grupo de Comunicaciones
Cartelera	Semanal	Grupo de Comunicaciones
Noticiero Conexión en los Territorios	Semanal	Contenidos prensa

Social media

La información se traduce en mensajes concretos, variados y constantes apoyados en material gráfico (fotografía, vídeos e infografías), registrados en una parrilla de contenidos.

Para eventos de gran magnitud, de manera previa, se realizan baterías de trinos con el objetivo de generar comunicación permanente.

El Ministerio del Interior posee cuentas administradas por prensa, para emitir mensajes institucionales.

Registros de audio, video, fotografía y administración de noticias:

- soundcloud.com/mininteriorcol
- plus.google.com/+MininteriorGovCol/posts
- twitter.com/MININTERIOR
- www.flickr.com/photos/mininteriorco
- www.facebook.com/MinInterior
- www.youtube.com/user/mininteriorcolombia
- www.mininterior.gov.co/principalesnoticias-rss
- **Página web www.mininterior.gov.co**
- **comunicacioninstitucional@mininterior.gov.co**

MICROSITIOS

Objetivo: Presentan información institucional y específica, trámites y recolección de datos. Es administrado por el Grupo de Comunicaciones.

Micrositios	URL
-------------	-----



Portal de Niños	https://portalinfantil.mininterior.gov.co/
Dirección Asuntos Religiosos	https://asuntosreligiosos.mininterior.gov.co/
Dirección de Derechos Humanos	https://derechoshumanos.mininterior.gov.co/
Dirección de Consulta previa	https://consultaprevia.mininterior.gov.co/
Dirección Asuntos Indígenas, Rom y Minorías	https://siic.mininterior.gov.co/
Dirección para la Democracia la Participación Ciudadana y la Acción Comunal	https://participacion.mininterior.gov.co/
Dirección de Asuntos para Comunidades Negras, Afrocolombianas Raizales y Palenqueras	https://dacn.mininterior.gov.co/
Dirección de Gobierno y Gestión Territorial	https://gestionterritorial.mininterior.gov.co/
Subdirección de Seguridad y Convivencia Ciudadana	https://seguridadyconvivencia.mininterior.gov.co/
Grupo Trata de Personas	https://tratadepersonas.mininterior.gov.co/
Grupo de Articulación Interna para la Política de Víctimas del Conflicto Armado	https://gapv.mininterior.gov.co/

Cuenta de Correo Institucional

Es la herramienta de comunicación oficial para difundir información sobre campañas, comunicados, convocatorias, encuestas, boletín, etc. Es administrado por el Grupo de Comunicación.

La información que se divulgue a los servidores públicos a través de los correos: gestionhumana@mininterior.gov.co administrativayfinanciera@mininterior.gov.co y

ocap@mininterior.gov.co o de nuevas cuentas, es responsabilidad del jefe de cada área y debe cumplir con los siguientes requisitos:

- **Asunto:** al igual que un titular debe ser claro, concreto y llamativo. Evite usar la palabra “urgente”, en su lugar márkelo como prioritario.
- **Estructura:** se sugiere un contenido breve, manteniendo los elementos básicos de una carta, como el saludo, mensaje concreto y despedida. Si requiere mayor profundidad, puede vincularlo a la intranet o página web.
- **Pieza gráfica:** podrá utilizar imágenes o gráficas como apoyo a la información, siguiendo las directrices de imagen institucional.
- **Antefirma:** toda comunicación enviada por el correo institucional debe contar con antefirma institucional actualizada del remitente.
- **Envíos masivos:** para el envío de mensajes institucionales (masivos), podrá solicitar el apoyo del Grupo de Comunicación Institucional.
- **Tono:** en el caso al que obedezca la comunicación, tenga en cuenta la diferencia entre la comunicación verbal a la escrita. En la comunicación escrita la interpretación del mensaje esta mediada por la percepción del receptor, por lo tanto, utilice las expresiones adecuadas para asegurar que el mensaje se entenderá de la manera en que se desea expresar.
- **Periodicidad:** para no saturar al receptor establezca intervalos de tiempo apropiados para el envío de mensajes.
- **Adjuntos:** controle el tamaño de los archivos que comparte, comprima los archivos que lo ameriten o utilice las herramientas de nube de internet (herramienta Drive del servicio de correo Gmail).

Informativo Al Interior

Su contenido es institucional, concreto, y de interés para la ciudadanía y los servidores públicos. Debe cumplir con las normas gramaticales, alta calidad en fotografías, imágenes, audio y video. La duración de cada nota es de máximo 1’30” (un minuto treinta segundos). Su medio de difusión son las pantallas que están ubicadas estratégicamente en cada piso de las sedes Bancol, Camargo y Casa de La Giralda, lo que permite llegar a la mayor cantidad de público objetivo.

Para su edición y divulgación:

- El jefe de Oficina o el Coordinador del Grupo de Comunicación define la línea editorial durante el consejo de redacción de la semana anterior a su publicación. Los contenidos son breves y se basan en:
 - Gestión del Ministerio, Gobierno Nacional y entidades adscritas
 - Campañas institucionales internas y externas



- Fechas conmemorativas concernientes a la misión del Ministerio, Gobierno Nacional y entidades adscritas
- Memorables
- Cultura y clima organizacional
- Cápsula (máximo de 30")
- Notas periodísticas (máximo de 1'30")
- Audio ambiental suave
- Plantilla de entrada (saludo)
- Plantilla de cierre (datos: sedes, página web, correo servicio al ciudadano y PBX)
- La obtención de datos, verificación de fuentes, diseño, revisión, edición y aprobación se realiza durante la semana anterior a su publicación.
- En caso que existan notas desarrolladas en horario distinto del laboral (viernes en la noche o fines de semana), el periodista encargado del cubrimiento entregará el siguiente día hábil al editor lo que se especifica a continuación:
 - Material en video y fotografía recolectado durante el evento
 - Documento con el contenido de la nota debidamente pietado
 - Continuidad
 - Transcripción que se remite también a corrección de estilo
- El editor y el Grupo de Comunicaciones revisan contenidos y material de apoyo. El editor indica los ajustes y se realizan de manera inmediata.
- El Coordinador del Grupo de comunicaciones oportunamente aprueba y autoriza la divulgación del contenido.
- La información es un sinfín que se divulga en las pantallas los días hábiles de la semana, las cuales estarán encendidas de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.
- La supervisión de este medio digital y las USB es responsabilidad del servidor público que asigne el Coordinador del Grupo de Comunicaciones.

Carteleras físicas

Tienen como finalidad divulgar, oportunamente temas institucionales y suplir necesidades de información como medio complementario. Su contenido debe ser claro, veraz y objetivo resaltando datos importantes, cumpliendo normas gramaticales, alta calidad en fotografías e imágenes y diseño. La responsabilidad de este medio de comunicación es del Grupo de Comunicaciones.

Con el fin cumplir su objetivo:

- La información debe estar organizada, actualizada y con alta calidad de producción
- Despertar interés y enriquecer conocimientos
- Contribuir al fortalecimiento del proceso información.

Boletín Interno

Publicación digital con contenido institucional, gestión social, familiar y campañas. Con géneros como entrevista, crónica, reportaje y periodismo de datos, dirigida a los servidores públicos.

Para su edición y publicación:

- El jefe de la Oficina de Información Pública o el Coordinador del Grupo de Comunicaciones del Interior define la línea editorial.
- En la estructura de contenido se establece: notas de cada dirección, subdirección, jefatura o grupos.
- La obtención de datos, verificación de fuentes, producción de material, revisión y aprobación se realizará en el Consejo de Redacción del primer día hábil del mes de la publicación.
- En los Consejos de Redacción siguientes, el jefe de la Oficina de Información Pública del Interior y el Coordinador del Grupo de Comunicaciones hace seguimiento al proceso de construcción de los textos propuestos por el equipo periodístico.
- El jefe de la Oficina de Información Pública del Interior revisa e indica consideraciones que se ejecutan de manera inmediata.
- Se divulga el primer día hábil del mes.

Intranet

Plataforma tecnológica interna y canal de comunicación del Ministerio del Interior, de fácil acceso e interacción. Es un administrador de contenido flexible para publicar textos, fotografías, material gráfico, videos, audios y vínculos a documentos relacionados sobre gestión, servicio y temas de interés general de la Entidad.

El Grupo de Comunicación Institucional, administra el sitio con el apoyo técnico del Grupo de Sistemas.



Publicaciones

El material se desarrolla con base en criterios informativos como: coyuntura, inmediatez y seguimiento, que responden a la necesidad de divulgación del Ministerio del Interior, el Gobierno nacional y entidades adscritas. Los profesionales del Grupo de Comunicaciones administran las fuentes mediante recopilación, análisis y verificación de la información.

Edición y publicación

La generación y divulgación de información es diaria e inmediata para responder a la dinámica de la gestión del Ministerio del Interior, Gobierno nacional y entidades adscritas. Una vez el **editor general**, apruebe piezas gráficas, fotografías, audios, videos, notas, noticias, entrevistas y demás material informativo el **gestor de contenido** la divulga.

Quien haga las veces de jefe de la Oficina de Información Pública, asigna al editor general. Son responsables de la información que se divulga el enlace información.

Navegación

La estructura se diseñó con base en características generales orientadas a la usabilidad y optimización, que contribuyen a su posicionamiento. Sus aspectos a destacar son:

- Navegación funcional y amigable
- Estructura sencilla
- Interface intuitiva
- Contenido conciso, dinámico, llamativo y con un objetivo, concebido especialmente para web
- Opciones y herramientas atractivas en el entorno digital
- Información, consultas y servicios
- Monitoreo y evaluación

Bloques de contenidos

Los contenidos informativos se ubican a partir del menú principal y se actualizan diariamente, respondiendo a las necesidades de información del Ministerio del Interior, Gobierno nacional y entidades adscritas.

- **Reportería gráfica:** la Fotonoticia permite dinamizar la información, dentro de un contexto noticioso.



Características	
Técnica	940 x 550 píxeles
Gráficas	Debe responder a imagen institucional
Formatos	PNG
Archivos menores a	100MB

- **Noticias:** el desarrollo del contenido noticioso se enfoca de acuerdo con la relevancia de la información obtenida de las dependencias, el Gobierno nacional o entidades adscritas, con un lead corto que incluya datos importantes y como mínimo de un párrafo, para visualizarlo en la página de inicio y en el desarrollo. Debe responder a las preguntas: ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Cuándo?, ¿Cómo?, ¿Dónde? y ¿Por qué?

Características	
Técnica	940 x 550 píxeles
Gráficas	Debe responder a imagen institucional
Formatos	PNG
Archivos menores a	100 MB.

- **Fotografías y material gráfico:** apoya los contenidos que se desarrollen para la Intranet. Las imágenes pueden ser diseñadas por el Grupo de Comunicación Institucional o capturadas, y deben llevar el nombre del autor o fuente. En caso de que recurra a bancos de imágenes gratis, debe contar con los permisos necesarios para su divulgación.

Características	
Técnica	940 x 550 píxeles
Gráficas	Debe responder a imagen institucional
Formatos	PNG
Archivos menores a	100 MB



- **Videos:** material audiovisual de alta calidad, producido por el Grupo de Comunicación Institucional. Cuando se recurre a material externo es requisito contar con los permisos necesarios para la divulgación; este material no se puede modificar.

Características Recomendadas	
Formato	MP4
Estándar de vídeo de alta compresión	H.264

- **Galería de imágenes:** archivo de consulta fotográfica sobre actividades desarrolladas por el Ministerio del Interior, el Gobierno nacional y entidades adscritas. La descripción informativa debe contener datos de referencia como fecha, lugar y personajes destacados.

Características Recomendadas	
Formato	PNG – GIF – JPG – JPEG
Estándar de video de alta compresión	100 MB

PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN

Programa Conexión en los Territorios

Producida in house por el Grupo de Comunicaciones a través de periodistas, locutores, camarógrafos y editores para ser emitido a través de la plataforma YouTube, con la estructura de titulares, noticia central y noticias de las dependencias del Ministerio.

Su difusión también se realiza mediante enlace en las plataformas: Twitter, Facebook, Instagram u otros medios autorizados por Presidencia de la República, según instrucción del despacho del (la) Señor (a) ministro (a).

Su finalidad es dar a conocer la oferta institucional, el trabajo en territorio y logros del Ministerio del Interior, el Gobierno nacional y las entidades adscritas, con enfoque especial en la gestión liderada por el (la) Señor (a) ministro (a).

Vocería

La vocería del Ministerio del Interior será establecida, según el caso, por el ministro o el asesor de designado por el despacho de la entidad, teniendo en cuenta instrucciones del jefe de la cartera política. En ninguna circunstancia, los funcionarios del Ministerio podrán ser voceros sin contar con el aval del Asesor de Comunicaciones.

Boletín de prensa

Herramienta de comunicación escrita, breve, concreta de carácter inmediato y noticioso. Incluye datos y referencias sustentables. Dirigida a medios de comunicación, mediante correo institucional para dar a conocer temas de interés e impacto en la ciudadanía.

Comunicado de prensa

Información precisa que anuncia a la opinión pública, una determinación institucional en tono de absoluto cumplimiento. Esta información se remite por correo institucional o se divulga en la página web.

Rueda de prensa

Mecanismo de participación y emisión de información que convoca a los medios de comunicación que cubren el acontecer del Ministerio del Interior y de las instituciones adscritas. Se convoca a través del asesor designado por el despacho del ministro del Ministerio del Interior.

Informe especial

Contempla temas relacionados con el Ministerio, recurre a la investigación, análisis y profundidad del discurso y se complementa con ayudas audiovisuales o gráficas para armonizar su contenido y temática.

Campaña

Herramienta de comunicación a través de la cual se desarrolla una estrategia para promover con fines institucionales un mensaje.

Material gráfico

Composición visual que responde a una comunicación eficaz, estratégica y de apoyo. Sus características varían de acuerdo con el formato y material para el que es diseñado.

Material P.O.P.

Material de divulgación (*Point of Purchase*) destinado a promocionar la misión institucional de acuerdo al evento solicitado.

Multimedia

Archivos de voz y video con información de interés institucional.



Evento institucional

Herramienta de comunicación de alto impacto que promueve un objetivo institucional, donde la imagen e identidad de la organización, juegan un papel preponderante mediante encuentros y relación con el público.

PROCEDIMIENTOS PARA PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN

Uso de la información

La información producida por las entidades del Estado tiene carácter público con excepción de aquellas que tienen contenido reservado según lo dispuesto en la Ley 1273 de 2009, por medio de la cual se modifica el Código Penal, se crea un nuevo bien jurídico tutelado, denominado "de la protección de la información y de los datos y se preservan integralmente los sistemas que utilicen las tecnologías de la información y las comunicaciones", entre otras disposiciones.

La Ley 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".

Criterios para la publicación y actualización de contenidos

Los contenidos deben ser claros, precisos y en lenguaje sencillo, para facilitar su legibilidad debido a la heterogeneidad del grupo objetivo.

Si se hace uso de obras protegidas por el derecho de autor o derechos conexos, siempre que el citado uso no se encuentre amparado por una limitación o excepción, debe contar con la debida autorización del titular de tales derechos o sus causahabientes.

La protección del derecho de autor se aplica sobre textos, imágenes, dibujos, fotografía y cualquier otro material gráfico, sonoro o visual, programas informáticos y bases de datos. Cualquier material de este tipo tomado de alguna fuente se considera cita textual, por lo cual debe ir entre comillas dobles ("...") e incluir referencia del lugar de donde fue tomada, con los siguientes datos: autor(es), libro u otra fuente, fecha de publicación, página y otros a considerar según el caso.

Requisitos

- Todo producto de comunicación debe contar con la aprobación del Grupo de Comunicaciones y el asesor designado por el despacho del ministro(a).
- La información debe ser clara, veraz, oportuna y objetiva.



- Una vez terminado el evento o actividad, se remite la información al Grupo de Comunicaciones por correo institucional y en horario laborable, para aprobación y divulgación.
- Titulares y contenidos de los diferentes medios deben ser concisos, con un objetivo definido y cumplir con normas gramaticales.
- Piezas gráficas con alta producción de diseño, contenido breve e impactante y medidas de acuerdo con el medio de comunicación.
- Fotografías de excelente calidad, ajustadas a la medida del medio y nombre del fotógrafo o entidad que las produce. Sólo para los casos, en que no se cuenta con fotógrafo profesional y la actividad sea en región, **se aceptan fotografías tomadas a través de celular, siempre que sean de alta resolución, nítidas, horizontales.**
- No publicar fotografías, imágenes y videos de personas menores de 18 años. En caso de ser necesario deben contar con el permiso de los padres, tutores o curador.
- La publicación de información de carácter obligatorio es responsabilidad de cada área. Para dar cumplimiento oportuno a este requerimiento, deben remitir con antelación los respectivos archivos al Grupo de Comunicaciones.

Actividad	Tiempo mínimo de envío del requerimiento a la OIPI	Tiempo respuesta comunicaciones
Generar boletín de prensa	1 día de antelación o noticia inmediata	Según necesidad de publicación
Revisión de boletín de prensa	1 día de antelación o noticia inmediata	Según necesidad de publicación
Generar contenidos especializados	25 días de antelación	10 días
Revisión de contenidos especializados	20 días de antelación	10 días
Desarrollo de campañas	30 días de antelación	10 días
Revisión de piezas gráficas	15 días de antelación	5 días
Desarrollo de eventos	30 días de antelación	10 días
Material POP	30 días de antelación	10 días
Concepto gráfico	15 días de antelación	3 días

Debido a que los servidores públicos son responsables de proporcionar información clara, veraz, oportuna y objetiva para ser aprobada y divulgada por la Oficina de



Información Pública del Interior, los enlaces de información o quien lidere algún proyecto de comunicación, remitirán a los líderes de Comunicación Institucional y de Comunicación Externa, la información por correo institucional, en horario laborable y con la debida antelación, siguiendo normas, procedimientos, manual de imagen corporativa, política editorial y recomendaciones, para el buen desarrollo de los productos de comunicación.

NOTA: El tiempo de respuesta del Grupo de Comunicaciones dependerá del orden de llegada de la solicitud a la OIPI, y a la cantidad de días que se requiere para su revisión y atención, previo a la realización del evento para el cual se requiere el producto de comunicación. Para el material POP, se debe tener en cuenta el tiempo de los trámites contractuales que estipulan y el Sistema de Administración de Mensajes Institucionales -SAMI.

Sistema de Administración de Mensajes Institucionales – SAMI

Toda publicación o material que lleve el logo, símbolo del Ministerio del Interior externo, deberá ser aprobado a través de la plataforma SAMI, razón por la cual se debe presentar con 30 días de antelación a su emisión o expedición según sea el caso.

Criterios para solicitar productos de comunicación a la OIPI

- a. Establecer el tipo de producto que requiere, según el evento a realizarse.
- b. Definir el contenido, enfoque, estilo, medio y público.
- c. Hacer la solicitud a la OIPI con la debida anticipación, mediante los canales que se hayan establecido.
- d. Planear la estrategia y logística requerida.
- e. Contar con el rubro y la disponibilidad de recursos.
- f. Definir un responsable del proyecto.
- g. Establecer el cronograma de actividades y fechas de entrega.
- h. Realización del evento o entrega del producto.
- i. Realizar la evaluación.

Fases del proceso Tráfico

Tráfico

Lo realiza el Grupo de Comunicaciones, para el seguimiento de las actividades programadas, con base en los requerimientos y tiempos establecidos e incluye:

- **Preparación editorial**

Debido a que el Grupo de Comunicaciones brinda apoyo y asesoría a las áreas del Ministerio del Interior para el desarrollo de los productos, se entiende como línea editorial los contenidos y publicaciones de corto, mediano y largo plazo, basados en cronograma de actividades y cumplimiento.

Este procedimiento da como resultado:

- Entrega definitiva en el tiempo establecido
- Producto final, con el visto bueno del responsable del proyecto.

- **Perfil del medio**

El perfil se determina de acuerdo al asesoramiento dado por el periodista que hace parte del Grupo de Comunicaciones y son las características que posee cada medio de comunicación que permite la selección apropiada del canal para dar a conocer el producto. Su asertiva elección posibilita cumplir el objetivo de comunicación, por lo tanto, se recomienda:

- Identificar el grupo objetivo
- Conocer el producto y objetivo de comunicación
- Análisis y selección del medio.

- **Divulgación o publicación**

El Grupo de Comunicaciones recomienda los medios de divulgación para el producto final:

- Verificar que sea la versión definitiva
- Realizar prueba de envío, cuando es medio digital
- Enviar al público seleccionado
- Confirmar recibo de comunicación
- Impacto de la información.

PROTOCOLO

Establece reglas con el objetivo de producir, actualizar y publicar material de manera oportuna y constante, sobre el Ministerio del Interior, Gobierno Nacional y entidades adscritas:

Twitter y Facebook

Requisitos:



- Los contenidos deben contar con el visto bueno del líder del Grupo de Prensa.
- Remitir con anterioridad al Grupo de Prensa para revisión y aprobación de las piezas gráficas.
- Hechas las correcciones y aprobadas, se remite al Grupo de Prensa la parrilla completa con mínimo 5 y máximo 10 mensajes.
- La generación de contenidos para estas redes sociales debe contar con el visto bueno de los profesionales de la OIPI, encargados de la dirección, subdirección, grupo o jefatura.

Página web

Requisitos:

- Normatividad, procedimientos, Manual de Imagen Corporativa y Política Editorial
- Estructura de contenido
- Actualización diaria
- Información clara, veraz, oportuna y objetiva
- Contenidos concisos que cumplan normas gramaticales. Los títulos van en altas y bajas
- Piezas gráficas con alta producción de diseño, contenido breve e impactante y medias que exige el medio
- Fotografías de excelente calidad y tamaño de acuerdo con el medio, nombre del fotógrafo o entidad que las produce
- Contenidos, piezas gráficas, fotografías y videos a divulgar los aprueban los profesionales del Grupo de Comunicaciones
- El administrador de contenidos es el profesional del Grupo de Comunicaciones, responsable de la información que se divulgue junto con el enlace de información y el jefe de la Oficina de Información Pública
- Llevar registro de métricas, para ver el número de interacciones e identificar mejoras a realizar.

Sin excepción **toda solicitud de publicación de información en la página web, la realiza el enlace de información en horario laborable, a través del correo institucional.** Una vez se apruebe por parte de la jefe de la Oficina de Información Pública, divulga la información cumpliendo con los requerimientos.

Micrositios

Requisitos:



- Normatividad, procedimientos, Manual de Imagen Corporativa y Política Editorial
- Estructura de contenido
- Actualizar el sitio por los menos dos veces a la semana o de lo contrario se elimina
- Información clara, veraz, oportuna y objetiva
- Contenidos concisos que cumplan normas gramaticales. Los títulos van en altas y bajas
- Piezas gráficas con alta producción de diseño, contenido breve e impactante y medias que exige el medio
- Fotografías de excelente calidad y tamaño de acuerdo con el medio. Contenidos, piezas gráficas, fotografías y videos a divulgar.
- El administrador de contenidos es responsable de la información que se divulgue junto con el enlace de información
- Llevar registro de métricas, para ver el número de interacciones e identificar mejoras a realizar.

Sin excepción **toda solicitud de publicación de información en el micrositio, la realiza el enlace de información en horario laborable, a través del correo institucional.** Una vez la apruebe el Grupo de Comunicaciones, el administrador de contenidos divulga la información cumpliendo con los requerimientos.

Intranet

- Normatividad, procedimientos, Manual de Imagen Corporativa y política editorial
- Estructura de contenido
- Actualización diaria
- Información clara, veraz, oportuna y objetiva
- Contenidos concisos que cumplan normas gramaticales. Los títulos van en altas y bajas
- Piezas gráficas con alta producción de diseño, contenido breve e impactante y las medias que exige el medio
- Fotografías de excelente calidad y tamaño de acuerdo con el medio. Nombre del fotógrafo o entidad que las produce
- Contenidos, piezas gráficas, fotografías y videos a divulgar los aprueban los profesionales del Grupo de Comunicaciones
- El administrador de contenidos es un profesional del Grupo de Comunicaciones, responsable de la información que se divulgue junto con el enlace de información y el jefe de la Oficina de Información Pública



- Llevar registro de métricas, para ver el número de interacciones e identificar mejoras a realizar.

Sin excepción **toda solicitud de publicación de información en la intranet, la realiza el enlace de información en horario laborable, a través del correo institucional.** Una vez esté aprobada por el Grupo de Comunicaciones, el administrador de contenidos divulga la información cumpliendo con los requerimientos.

Videos institucionales

- Solicitar reunión con 45 días de anticipación, para revisar qué material audiovisual se necesita y hacer un cronograma para agendar entrevistas en caso de ser necesario
- Revisión de material grabado y toma de tiempos (pietar) de los fulles que irán en el video
- Envío de libreto
- Disponibilidad del solicitante para acompañar el proceso de edición (en caso de ser necesario).

Archivos Digitales

- Los registros fotográficos y audiovisuales deben remitirse al jefe de la Oficina de Información Pública, con los siguientes datos:
 - Nombre del evento o actividad
 - Fecha
 - Participantes
 - Lugar
 - Breve descripción, para ser incluidas en el Banco de Imagen Institucional.
- Los archivos digitales del material producido por la Oficina de Información Pública deben reposar en la carpeta de **Archivo Institucional.**

ESTRATEGIA COMUNICACIÓN EN CRISIS

Las crisis en las organizaciones se presentan interna o externamente por falta de información, información inconsistente o tergiversada, y de intercomunicación y de control en los procesos o por factores externos. Para que no se acreciente, se debe actuar con rapidez y con acciones.

Mediante prospectiva se puede afrontar la situación, apoyada en la comunicación que cumple un rol importante.

Para llevar a cabo una gestión oportuna, se debe constituir con anticipación el Comité de Crisis que estará conformado por:

- El ministro (a) del Interior
- Los viceministros
- El secretario (a) General
- El jefe de la Oficina de Información Pública del Interior
- El jefe de la dependencia concernida

Funciones:

- Detectar señales de alarma
- Analizar los contenidos del rumor y la fuente
- Diseñar estrategias de respuesta y objetivos
- Tomar decisiones
- Capitalizar las experiencias

PROCEDIMIENTO AGENCIA EN CASA

La Oficina de Información Pública, será la encargada de desarrollar los planes de emisión de pauta interna y externa, que comprendan la imagen institucional; entre ellos:

- Comerciales de Televisión
- Cuñas Radiales
- Impactos Digitales
- Mensajería de Texto
- Impresos (Libros, Cartillas)

Después de desarrollar los Planes de Pauta, la Oficina de Información Pública del Interior entregará a cada una de las dependencias los respectivos planes para que se inicie el proceso de contratación a través de la modalidad contractual escogida. En todo momento será la Oficina de Información Pública, Grupo de Comunicaciones encargada de realizar acompañamiento permanente en el desarrollo del proceso hasta la emisión final de los productos.



PROCESO SOLICITUD DE COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS

La Oficina de Información Pública del Interior, a través de los Grupos de Sistemas y de Comunicaciones, desarrolló el software mediante el cual, a través de la mesa de ayuda, las diferentes dependencias podrán realizar los requerimientos para las diversas actividades que tengan que ver con comunicaciones con el fin de agilizar los procesos, según formulario guía adjunto.

Paola Andrea Vera Gómez
Jefe Oficina de Información Pública

Elaboró: Paola Vera – Jefe de Información Pública

Carolina Flórez Franco - Coordinadora Grupo de Comunicaciones

Revisó: Paola Vera – Jefe de Información Pública

Sonia Orjuela – Asesora de Despacho

Aprobó: Sonia Orjuela – Asesora de Despacho



ANEXO 1

	OFICINA DE INFORMACIÓN PÚBLICA DEL INTERIOR	VERSIÓN	
	FORMATO PARA TRÁMITE DE SOLICITUDES DE COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS	PÁGINA	1 de 1
		FECHA DE VIGENCIA	

Fecha de la solicitud

.....

Datos del Solicitante

Nombre

.....

Dependencia

.....

Correo electrónico

.....

Extensión

.....

Teléfono

.....

Proyecto

.....

Datos del Requerimiento

Cubrimiento Periodístico

Evento en Bogotá

Pieza Comunicacional

Campaña

Evento en Región

Lugar y Fecha de realización

.....

Tema

.....

Objetivo

.....

Descripción

.....

¿Requiere periodista en el evento? SI NO Comisión Tiquetes

Si ha marcado pieza comunicacional, indique las dimensiones y/o medidas y la cantidad:

.....

Si ha marcado **Campaña** seleccione las opciones que requerirá:

- Fondo de pantalla
- Intranet
- Mailing
- Video
- Presentaciones
- Otro
- Libretas
- Cartillas
- Backing
- pendón
- Habladores
- Carpetas
- Memorias USB

¿Cuál?

Público Interno Externo

Recursos Propios de la dependencia Convenio

Otros, ¿Cuáles?

Datos del Responsable de la Solicitud

Nombre

.....

Dependencia

.....

Correo electrónico

.....

Extensión

.....

Teléfono

.....

OIPI - Jefe Paola Vera



GLOSARIO

Campaña. Herramienta Comunicacional a través de la cual, se desarrolla una estrategia para promover con fines institucionales un producto, marca o servicio. Esta conserva un código de identidad a través de las diferentes aplicaciones que tenga.

Material Gráfico. Composición visual que responde a una comunicación eficaz enlazada, estratégica y de apoyo. Sus características varían de acuerdo al formato y material para el que es diseñado, teniendo como base lo digital para hacer transición a lo impreso.

Material P.O.P. Material de divulgación destinado a promocionar la misión institucional.

Multimedia. Archivos de voz y video con información de interés para una audiencia.

Intranet. Herramienta tecnológica, eficaz y oportuna que garantiza la difusión de la información que se genera en una entidad. Este sistema posibilita la participación y el acceso a la información consolidada por parte de las diferentes áreas de la entidad.

Manual de Imagen Corporativa. Herramienta de guía unificada a través de la cual se estandariza el diseño de las diferentes piezas comunicacionales que conforman la identidad institucional de la Entidad.

Política Editorial. Documento que establece directrices para la publicación de la información en los diferentes medios de comunicación que incluye su usabilidad, accesibilidad, fuentes de información y oportunidad de la comunicación.

Audiencia. Conjunto de personas a través de un medio de comunicación se les dirige un mensaje y este a su vez reacciona ante el mensaje.

Boletín de Prensa. Herramienta de Comunicación escrita, breve, concreta de carácter inmediato y noticioso, incluye datos y referencias sustentables; dirigidos a medios de comunicación para dar a conocer temas de interés e impacto a la ciudadanía.

Comunicado de Prensa. Información precisa por la cual se anuncia a la opinión pública una determinación institucional en tono de absoluto cumplimiento.

Web. Sistema de Distribución de documentos de hipertexto o hipermedias interconectados y accesibles a través de la red de internet.



AUTORIZACIÓN PARA PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y USO DE FOTOGRAFÍAS, MATERIAL GRÁFICO Y AUDIOVISUAL

Yo, _____, mayor de edad, identificado (a) con cédula de ciudadanía número _____ de _____, en uso de mis facultades autorizo al Ministerio del Interior y a terceros o a quien esta entidad ceda el derecho para emitir, publicar, divulgar, imprimir, promocionar, exhibir y modificar por cualquier medio electrónico, técnico o impreso en cualquier lugar del mundo, sin fines de lucro los productos desarrollados y registrados por _____ referencia del año _____, con el fin de resaltar la misión del Ministerio del Interior la entidad.

La entidad y _____, garantizan que darán crédito a _____ y de ninguna manera afectarán o vulnerarán la integridad, dignidad o el buen nombre de la(s) persona(s) citada(s).

El registro de menores de edad se autoriza con la firma del acudiente o tutor.

Nombres y apellidos del menor de edad:

Nombres y apellidos: _____

Firma: _____

Cédula: _____ de _____

Teléfono: _____

Ciudad y fecha: _____