

# FORMACIÓN

---

# EQUIPOS DE COMUNICACIÓN

Dirigido a los comunicadores y/o profesionales del campo de la comunicación de las dependencias de la Alcaldía y el Conglomerado Público.




**Alcaldía de Medellín**  
Distrito de  
**Ciencia, Tecnología e Innovación**

Desde la **Secretaría de Comunicaciones** queremos ofrecerle un esquema preliminar de conformación de equipos de acuerdo con los principales perfiles técnicos y profesionales necesarios para garantizar un flujo constante, pertinente y efectivo de información con sus públicos de interés y con la ciudadanía en general.

# 01 Equipos

## Básico


 Comunicador organizacional

 Diseñador

 Comunicador audiovisual

## Ampliado

 Comunicador organizacional


 Diseñador

 Comunicador audiovisual

 Periodista

## Completo

 Comunicador organizacional

 Diseñador

 Fotógrafo

 Comunicador audiovisual

 Periodista

 Investigador

## Personalizado



Usted puede optar por cualquiera de estos equipos de acuerdo con las necesidades internas de comunicación, la complejidad de la estructura de su dependencia, sus públicos objetivos y principalmente, el impacto que espera tener en la opinión pública con la ejecución de los programas y proyectos que lidera.

La Secretaría de Comunicaciones tiene diez (10) equipos funcionales dirigidos al Conglomerado. Los perfiles señalados en el cuadro anterior corresponden a la formación y experiencia de las personas que están en capacidad de realizar los productos de cada uno de esos equipos, los cuales se exponen a continuación:

- **Publicidad y Marca**
- **Divulgación y Prensa**
- **Eventos de Ciudad**
- **Protocolo**
- **Comunicación Digital**
- **Medios Propios  
(en radio, tv. y digital)**
- **Comunicación  
Organizacional**
- **Movilización**
- **Innovación**
- **Comunicación  
Estratégica (enlaces)**

## 02 **Productos de los equipos funcionales**

<b>Prensa</b>	<b>Eventos</b>	<b>Digital</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Invitaciones a medios</li><li>• Boletines de prensa</li><li>• Cápsulas de resumen</li><li>• Fotonoticias</li><li>• Comunicados</li></ul> 	<ul style="list-style-type: none"><li>• Misionales</li><li>• Feria de servicios</li><li>• Recorridos</li><li>• Congresos / cumbres</li><li>• Eventos de ciudad</li><li>• Activaciones</li></ul> 	<ul style="list-style-type: none"><li>• Instagram</li><li>• Facebook</li><li>• Twitter</li><li>• YouTube</li></ul> 

<b>Protocolo</b>	<b>Innovación</b>	<b>Comunicación Estratégica</b>
------------------	-------------------	---------------------------------

<b>Publicidad</b>	<b>Medios Propios</b>	<b>Organizacional</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• 6 Estrategias</li><li>• 6 Identidad</li><li>• 13 Impresos</li><li>• 7 Digital</li><li>• 7 Exterior</li></ul> 	<ul style="list-style-type: none"><li>• Portal institucional</li><li>• Portal <i>Medellín Cuenta</i></li><li>• Radio</li><li>• Tv. informativa</li><li>• Tv. Opinión</li><li>• Tv. Alcalde</li><li>• Revista</li></ul> 	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cartelera</li><li>• Correo institucional</li><li>• Ascensores</li><li>• Pódcast</li><li>• Integraciones</li><li>• Marcación</li></ul> 
<b>Movilización</b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>• Asesoría general</li><li>• Plan de Medios</li><li>• Convocatoria de Medios</li></ul> 		

## 2.1

# Iconografía de productos para los equipos funcionales



**Audios**



**Fotos**



**Videos**



**Marcación**



**Guiones**



**PPT**



**Ilustración**



**Gráficas**



**Infográficos**



**Convocatoria de Medios**



**Copies**



**Insumos**



**Bitácoras**



**Lista de chequeo**



**Mapas**



**Banners**



**Manuales**



**Actas**



**Informes**



**Plan de Medios**



**Asesoría**

## 03

# Tareas de equipos

**Las principales tareas, de acuerdo con los perfiles, son las siguientes:**

### **Comunicador organizacional**

En un equipo básico de comunicaciones, el comunicador organizacional cumple las funciones de relacionamiento del secretario o secretaria con grupos estratégicos. Además, ejecuta funciones generales de prensa, eventos y comunicación interna. También coordina las labores del diseñador y el comunicador audiovisual, para articular su trabajo con los equipos funcionales de la Secretaría de Comunicaciones. En un equipo ampliado, el comunicador organizacional delega la responsabilidad de las estrategias de divulgación de prensa al periodista y se concentra en eventos y comunicación interna.

### **Diseñador**

La producción y factura de las piezas visuales está a cargo de este perfil. Debe articular sus propuestas con los lineamientos del equipo de Publicidad,

especialmente del Libro de Marca de la Alcaldía de Medellín, así como los equipos de Redes, Comunicación Interna y Medios Propios. Debe garantizar el uso legal de tipografías, ilustraciones, *software* especializado, autorizaciones para el uso de tipografías y la aprobación de la Secretaría de Comunicaciones para divulgar sus productos a cargo. Su búsqueda creativa debe estar en dirección con el Plan de Desarrollo y conectar visualmente las propuestas de la dependencia con la propuesta gráfica de la Administración Municipal.

### **Comunicador audiovisual**

Es el encargado de grabar declaraciones del secretario o secretaria, hacer imágenes de apoyo para compartir con periodistas, producir y editar fotos y videos para redes sociales, articular las propuestas creativas con el diseñador para conseguir imágenes potentes, así como conseguir y sistematizar las autorizaciones de las personas que aparecen en sus piezas audiovisuales. En un equipo ampliado, cede sus obligaciones de producir imágenes fijas al fotógrafo y se concentra en video.

## **Periodista**

Cuando la dependencia genera un flujo constante de información para medios masivos, debe incorporar un periodista a su equipo de comunicaciones. Es una persona que, preferiblemente, se haya desempeñado como periodista de un medio masivo en los seis meses más recientes. Su responsabilidad es perfilar las estrategias y proyectos de las dependencias, de acuerdo con el lenguaje periodístico, buscando novedad, actualidad, sorpresa y demás valores noticiosos, en las actividades cotidianas de la entidad. A partir de ellos debe producir semanalmente boletines de prensa y proyectar atenciones a medios, que deben ser presentadas y aprobadas por el equipo de prensa, de la Secretaría de Comunicaciones. A su cargo también están las rondas de medios.

## **Fotógrafo**

El perfil de fotógrafo debe incorporarse cuando la producción de campañas publicitarias y de redes sociales,

requiera una factura profesional que esté en capacidad de competir por la atención de los ciudadanos con el propósito que la dependencia requiera. Su trabajo es fundamental para que los productos de todo el equipo tengan un carácter fresco, divertido, ameno y se produzcan estrategias con impacto.

## **Investigador**

El equipo de comunicaciones se completa con un comunicador, periodista o investigador social, que esté en capacidad de identificar y sistematizar las fuentes de información de cada dependencia, para garantizar una respuesta ágil a los cuestionarios del Concejo, responder derechos de petición de medios masivos y producir piezas para redes sociales, publicidad, o atenciones a medios, de manera oportuna. Este perfil encontrará en los equipos de sistemas y planeación de los programas y proyectos, que miden indicadores de producto e impacto para el Plan de Desarrollo, la fuente de información confirmada para desarrollar estrategias de comunicación claras y asertivas.

## 04

# Conformación de equipos personalizados

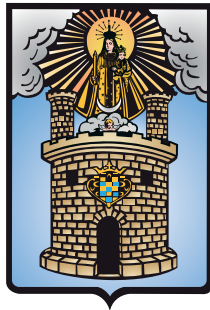
Generalmente, las secretarías más antiguas tienen equipos de comunicaciones más robustos, pero el criterio central debe ser el ciudadano y nuestra obligación es garantizarle acceso a la información de la administración pública que sea pertinente, de calidad y que le permita tomar mejores decisiones.

Los equipos personalizados están diseñados para crear un equipo de comunicaciones a partir de varias unidades de comunicación, que pueden ser básicas, ampliadas o completas. Cuando, dentro de su dependencia, hay equipos, proyectos o estrategias sobre los que recaen amplias responsabilidades comunicacionales, ellas deben tener un equipo de comunicaciones independiente, pero articulado al equipo de comunicaciones central de la dependencia.

Esta recomendación preliminar de conformación de equipos de comunicaciones, responde a la necesidad de empezar a posicionar la gestión de la dependencia en la ciudad. No obstante, la sugerencia definitiva está basada en cuatro factores y será socializada una vez sea aprobado el **Plan de Desarrollo Medellín Futuro**.

Los factores son: 1. Los recursos asignados, 2. El público directo beneficiado con la inversión de cada proyecto, 3. Los indicadores de plan de desarrollo y 4. La prioridad comunicacional que usted asigne a cada programa.

En caso de requerir una asesoría más detallada sobre la conformación de su equipo de comunicaciones, se puede comunicar con la **subsecretaria de Comunicación Estratégica de la Secretaría de Comunicaciones**, Monica María Orrego López, correo electrónico [monica.orrego@medellin.gov.co](mailto:monica.orrego@medellin.gov.co)



**Alcaldía de Medellín**

— Distrito de —

**Ciencia, Tecnología e Innovación**