

Versión 2
Septiembre de 2024

MANUAL GOBERNANZA DE **LAS COMUNICACIONES**

PILAR DE LAS COMUNICACIONES



Alcaldía de Medellín
Distrito de
Ciencia, Tecnología e Innovación

1.0

Contenido

1. Presentación	05
1.2. INTRODUCCIÓN	
1.3. ALCANCE	
1.4. OBJETIVO DEL PILAR	
1.5. OBJETIVO GENERAL DEL MANUAL	
1.6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
1.7. ÁMBITO DE APLICACIÓN	
1.8. RESPONSABLES	
1.9. INSTANCIAS DEL PILAR	
a. Comunicadores Estratégicos.	
b. El Comité Editorial.	
c. El Comité de Campañas.	
d. Comité Rector del Pilar de Gobernanza de las Comunicaciones.	
1.10. NORMATIVIDAD	
2. Lineamientos	14
2.1 Lineamiento 1: INFORMACIÓN AL SERVICIO DE LA CIUDADANÍA	
2.2. Lineamiento 2: RELACIONAMIENTO ACERTIVO CON LOS PÚBLICOS DE INTERÉS	
2.3. Lineamiento 3: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PARA EL SERVICIO PÚBLICO	
2.4. Lineamiento 4: COMUNICACIÓN PARA LA MOVILIZACIÓN CIUDADANA	
2.5. Lineamiento 5: COMUNICACIÓN DIGITAL QUE ACERCA A LA CIUDADANÍA	
2.6. Lineamiento 6: MARCA E IMAGEN CORPORATIVA	
3. Seguimiento y evaluación	21
3.1. SEGUIMIENTO	
3.2. EVALUACIÓN	

3.3. INSTRUMENTOS ASOCIADOS A LA EVALUACIÓN DEL
PILAR DE GOBERNANZA DE COMUNICACIONES

4. Disposiciones finales **25**

4.1. CUMPLIMIENTO

4.2. DIVULGACIÓN



Fundación eprj

Zona de Corridos

Plaza de Parque de los Deseos

Parque de los Deseos

Casa de la

NUEVO SHO

1.0

Presentación

Trabajar juntos para llegar más lejos y ser mejores

Medellín es un ejemplo de transformación y resiliencia en el mundo entero. Nuestra ciudad es maravillosa y lo que la hace tan especial es justamente su capacidad para sobreponerse a los obstáculos. Muchos factores nos permitieron llegar a este punto, uno en el que reconocemos nuestro pasado y miramos con orgullo hacia el futuro.

Es de resaltar el trabajo articulado entre los sectores público, privado, académico y la ciudadanía. Aquí, desde todas las esferas, la gente se ha apropiado de sus realidades y las ha transformado positivamente.

Una de las apuestas que se ha hecho desde el Distrito para trabajar en esa vía es el Conglomerado Público, un modelo de gerencia que permite fortalecer la articulación, buscando la mayor eficiencia en la gestión administrativa y financiera. El fin último de este modelo es lograr un direccionamiento estratégico que permita un ejercicio constante de transparencia y trabajo conjunto.

La ciudad hoy en día exige un estilo de liderazgo basado en la cercanía con la gente y en la búsqueda de una sociedad donde exista confianza entre el Estado y los ciudadanos, como fortalecimiento de las instituciones.

Se debe escuchar al ciudadano, que el Estado llegue con oportunidades a los barrios, con soluciones reales; ante los retos debemos responder con agilidad, creatividad, pertinencia y eficiencia.

Se demanda un gobierno responsable, que la inversión llegue donde realmente se necesita, donde mejore la calidad de vida de la gente y le genere oportunidades desde la nueva vocación enfocada en la ciencia, la tecnología y la innovación, para un mejor presente y un futuro inspirador.

Todos nosotros, como servidores, compartimos una tarea que debe guiar cada una de nuestras acciones: mejorar la calidad de vida de nuestra gente. Una institucionalidad eficiente y transparente busca, esencialmente, la construcción de confianza ciudadana. Si trabajamos juntos, tenemos más herramientas para construir una mejor ciudad.

1.2. INTRODUCCIÓN

La comunicación en el Conglomerado Público Distrito de Medellín tiene un carácter estratégico y está orientada a mantener la unidad de criterios en los componentes asociados a las acciones institucionales relacionados con la administración de la imagen corporativa, el ejercicio de divulgación y el manejo de la información institucional –interna y externa-, la gestión de las marcas corporativas y elementos de identificación institucionales y del conglomerado, la identidad gráfica, el monitoreo de alertas asociadas a eventos que afecten la reputación de las dependencias y entidades que lo integran, la comunicación del riesgo y la atención de la crisis, la rendición de cuentas y la proyección de cada una de las entidades, instituciones y empresas que lo componen, observando los lineamientos de legitimidad, presencia y reconocimiento del Conglomerado Público de Medellín; esto es, liderar las acciones que permitan alcanzar resultados asociados a los retos de gerencia y generación de valor social y económico a fin de lograr un mayor impacto en el territorio; mediante la apertura, la interlocución y la visibilidad en sus relaciones con los diversos públicos, conforme a los parámetros que establezcan las instancias de la alta dirección y de las comunicaciones y así como el plan estratégico de comunicaciones de la administración distrital para el período correspondiente, respetando la autonomía de cada entidad para la atención, respuesta y relación con sus públicos de interés, a fin de mantenerlos informados sobre los avances y cumplimiento de los ejercicios de proyección y posicionamiento del Conglomerado en los escenarios local, regional, nacional e internacional, los cuales reportan beneficios para la gestión del Distrito.

1.3 ALCANCE

El modelo de gerencia pública Conglomerado Público de Medellín ha sido adoptado en el marco de las funciones constitucionales y legales que le corresponden al hoy Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín (antes denominado Municipio de Medellín), en especial en el ejercicio de control de tutela y en atención de los principios constitucionales y legales de coordinación y colaboración armónica entre las entidades públicas.

En este contexto, el modelo Conglomerado Público de Medellín tiene como propósito fundamental el direccionamiento estratégico, la coordinación y articulación de las dependencias del nivel central y descentralizado por servicios, en aras de lograr la mayor eficiencia, eficacia y aprovechamiento de sinergias en la gestión administrativa y financiera, garantizando la sostenibilidad de las entidades y respetando la autonomía que le es propia, para generar valor social y económico con mejores resultados en el cumplimiento de los fines estatales.

Así, el Manual Gobernanza de las Comunicaciones define los lineamientos, políticas y criterios de direccionamiento general que deben observarse al generar estrategias y componentes de comunicación en los ámbitos informativo, corporativo, organizacional, digital y redes sociales, gestión de crisis, manejo de marca en armonía con los lineamientos del Manual de Marca del Conglomerado Público de Medellín (MA-DIES-064), así como la gestión de mercadeo en aquellas entidades que lo requieren. Orienta, además, la realización de eventos y de intervenciones para la movilización ciudadana –en las entidades y dependencias que lo conforman –cuando ello sea pertinente–, coadyuvando con el ejercicio de gobierno y la gestión pública, poniendo temas de interés ciudadano dentro de la agenda de quienes elaboran políticas en todos los sectores y a todos los niveles de forma tal que se garantice el acceso a la información bajo los principios de transparencia, unidad, oportunidad y veracidad.

1.4 OBJETIVO DEL PILAR

De acuerdo con el artículo 76 del Decreto 883 de 2015, el objetivo del Pilar de Gobernanza de las Comunicaciones es "[...] orientar las políticas para el manejo de la imagen corporativa y el relacionamiento con los diversos públicos de interés del Municipio de Medellín y sus entidades descentralizadas, definiendo criterios para la administración de la imagen institucional, la información oficial y la realización de mensajes y campañas, con los que se facilita la relación entre gobierno y ciudadanía; se mejore el conocimiento del quehacer institucional y se promueva la participación de los ciudadanos en los temas de interés colectivo".

1.5 OBJETIVO GENERAL DEL MANUAL

El Manual Gobernanza de las Comunicaciones tiene como propósito orientar las políticas para el manejo de la imagen corporativa y el relacionamiento con los diversos públicos de interés del Distrito de Medellín y sus entidades descentralizadas, agrupadas en él, definiendo los lineamientos corporativos y las políticas que orientan la administración de la marca registrada “CONGLOMERADO PÚBLICO DE MEDELLÍN” (Nominativa), establecida por Resolución N° 79102 de la Superintendencia de Industria y Comercio, así como los elementos de imagen y de identificación institucional, el manejo de la información bajo los criterios de información pública, pública clasificada, pública reservada y semi – privada, de acuerdo con lo establecido en Ley 1712/2014, la realización de mensajes y campañas, la formulación de alertas respecto a aspectos o eventos que pueden afectar la imagen y la reputación institucional, a fin de mantener una relación de confianza con las entidades, organizaciones y empresas con las que interactúa esta instancia de gerencia pública.

Lo anterior en concordancia con lo establecido en el Decreto 883 de 2015, Artículo 24, en el cual se señala como una de las funciones generales de las secretarías de despacho de apoyo institucional, el asistir y asesorar al alcalde y las demás dependencias y entidades descentralizadas en las materias propias de su competencia y el Artículo 30, del Capítulo VII, Del Nivel Descentralizado, que señala la Estructura General del Nivel Descentralizado por Servicios.

1.6 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir los criterios que regirán para velar por la preservación de la Marca Conglomerado Público Municipio de Medellín y los lineamientos pertinentes a las estrategias generales de comunicación en los ámbitos informativo, corporativo, digital, publicidad y marca, organizacional y de movilización –en articulación con los elementos normativos propios y los requerimientos específicos de las entidades que lo conforman-, con miras a hacer visible la gestión de gobierno ante la ciudadanía y promover su acceso a los servicios institucionales.
- Promover acciones de comunicación directa con el ciudadano, bajo criterios de transparencia, cercanía y territorialidad, como un ejercicio permanente de rendición de cuentas y de promoción de la institucionalidad a nivel local, nacional e internacional.
- Coordinar con las unidades de comunicaciones de las entidades descentralizadas la gestión de las políticas de comunicación correspondientes a sus respectivos sectores.
- Articular acciones de respuesta que permitan la gestión de las alertas y la gestión de crisis que tengan impactos institucionales, reputacionales o que afecten a la comunidad como resultado de su materialización.

1.7 ÁMBITO DE APLICACIÓN

El presente manual será aplicable a las dependencias, organismos y servidores que hacen parte del nivel central del Distrito de Medellín y de las entidades descentralizadas sujetas al modelo Conglomerado Público de Medellín, en los términos del artículo 74 del Decreto Municipal 883 de 2015, referente a su alcance:

“Alcance del modelo. “El modelo Conglomerado Público Distrito de Medellín será implementado en las dependencias de nivel central, los establecimientos públicos, las empresas industriales y comerciales del Estado, las unidades administrativas especiales con personería jurídica, las sociedades de economía mixta o sociedades entre entidades públicas en las cuales el

Distrito tenga una participación igual o superior al 50 %; las empresas sociales del Estado y en las que el Distrito sea asociado o fundador con otras entidades descentralizadas del orden distrital y que contribuyan al cumplimiento misional de la Administración Distrital.

Parágrafo. Además de las entidades descritas en el inciso anterior, se podrán acoger al modelo Conglomerado Público de Medellín las entidades descentralizadas indirectas y aquellas entidades en las que el Distrito de Medellín tenga una participación inferior al 50 % o solo haga parte de sus consejos o juntas directivas, siempre que contribuyan al cumplimiento misional de la Administración Distrital, previa decisión de sus órganos de dirección”.

1.8 RESPONSABLES

La Secretaría de Comunicaciones es la encargada de liderar, coordinar y hacer seguimiento a la implementación del Pilar de Gobernanza de las Comunicaciones, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 78 del Decreto 883 de 2015, modificado por el Acuerdo 01 de 2016, para lo cual deberá disponer de una estructura y unos recursos necesarios para su debida aplicación.

En la implementación de las acciones y aplicación de lineamientos del Pilar de Gobernanza de las Comunicaciones participarán con responsabilidades, además de la Secretaría de Comunicaciones, todas las entidades descentralizadas que hacen parte del Conglomerado, según lo establece el Decreto 883 de 2015, Artículo 74, a través de sus unidades de comunicaciones; así mismo, tendrán injerencia en el desarrollo del modelo los directores y gerentes de las entidades, las juntas o consejos directivos, y el alcalde distrital.

1.9 INSTANCIAS DEL PILAR

Adicional a las instancias definidas en el Decreto Municipal 1686 de 2015, que adoptó y reglamentó las instancias del Conglomerado, se utilizarán como mecanismos de interacción y cohesión para el desarrollo del Pilar Gobernanza de las Comunicaciones, mínimo las siguientes instancias funcionales de la secretaría:

b. Comunicadores Estratégicos La Secretaría de Comunicaciones dispone de un equipo de comunicadores a quienes se asigna el acompañamiento a los equipos de comunicaciones del nivel central y descentralizado del Conglomerado, con el fin de que sirvan de enlace con la Secretaría y garanticen la adopción de las políticas, principios y lineamientos que se determinen en el ejercicio de la gobernanza de las comunicaciones.

Los comunicadores estratégicos realizan un comité semanal para informar novedades, alertas y avances de las diferentes acciones realizadas por las entidades que acompañan. De las conclusiones de estas reuniones se originan recomendaciones y estrategias que son propuestas al Comité del Pilar para ser aprobadas y socializadas a las diversas dependencias del Conglomerado.

Las funciones de los comunicadores estratégicos son:

- Asesorar la definición y ejecución de los planes de comunicación de las entidades del nivel central y descentralizado asignados, para que estén en consonancia con el Plan Estratégico de Comunicaciones documentado en el Sistema de Gestión de la Calidad.
- Priorizar los temas informativos y hechos noticiosos de las dependencias asignadas, acorde con los lineamientos establecidos en las demás instancias del Pilar.
- Garantizar la adecuada asesoría, apoyo y/o aprobación de las campañas o piezas comunicacionales que requieran sus dependencias de parte de los equipos funcionales de la Secretaría de Comunicaciones.
- Formular las evaluaciones situacionales y las alertas institucionales con relación a los eventos o situaciones que pueden impactar negativamente en los aspectos reputacionales, de servicio y de gestión de las diferentes entidades o dependencias del Conglomerado.

b. El Comité Editorial. Es la instancia semanal que permite coordinar y articular las actividades y productos de comunicación que se proponen en las diferentes estrategias, para su producción, asesoría y aprobación por parte de los equipos funcionales de la Secretaría de Comunicaciones y para su adecuada organización y emisión desde el nivel central y descentralizado.

Permite, además, hacer seguimiento y monitoreo de las acciones y temáticas propuestas por las dependencias con el fin de verificar su efectivo cumplimiento, a partir de los reportes e informes de seguimiento.

El Comité Editorial es dirigido por el secretario de Comunicaciones y/o el subsecretario de Comunicación Estratégica o su delegado. Cuenta con la participación de los coordinadores de los equipos funcionales, los comunicadores estratégicos, los comunicadores asignados a las dependencias y los coordinadores de comunicaciones de los entes descentralizados o sus delegados. El equipo de la Subsecretaría de Comunicación Estratégica orienta el encuentro.

Las funciones que desempeña este comité son:

- Aprobar las estrategias comunicacionales de impacto general y de imagen institucional del Conglomerado Público.
- Direccionar las acciones comunicacionales para prevenir o contrarrestar situaciones de crisis comunicacional o imagen del Conglomerado.

c. El Comité de Campañas. Es la instancia de la Secretaría de Comunicaciones que acompaña y asesora la conceptualización y realización de las campañas de comunicación que se proponen desde el nivel central y descentralizado del Conglomerado.

El Comité de Campañas es dirigido por el secretario de Comunicaciones y/o el subsecretario de Comunicación Estratégica. Cuenta con la participación del líder del equipo de Comunicadores Estratégicos y del coordinador del equipo de Publicidad y Marca. Es de periodicidad quincenal y a él son citados los representantes de las dependencias cuyas propuestas de campaña entran al orden del día del comité respectivo.

Las funciones que desempeña este comité son:

- Asesorar la conceptualización de las estrategias comunicacionales de impacto general y de imagen institucional del Conglomerado Público.
- Articular la ejecución de las diferentes campañas propuestas, con el fin de crear sinergias y optimizar los recursos.

d. Comité Rector del Pilar de Gobernanza de las Comunicaciones. Es la máxima instancia de la gobernanza de las comunicaciones en el Conglomerado Público del Distrito. Está conformado por el secretario de Comunicaciones, el subsecretario de Comunicaciones Estratégicas, el director técnico, los coordinadores de los grupos funcionales o lo que la estructura de la Secretaría de Comunicaciones demande. A él pueden asistir en calidad de invitados representantes de las comunicaciones del nivel central y descentralizado del Conglomerado. Este comité se reúne de manera ordinaria cada tres meses y extraordinariamente cada que el secretario lo convoque.

El objetivo de este comité es orientar el Pilar de Comunicaciones, a través de la coordinación, articulación, integración y asesoría para la adopción de las estrategias, políticas y lineamientos y que irradiarán a todas las entidades del Conglomerado.

Las funciones que desempeña este comité son:

- Orientar la implementación de las políticas y los lineamientos planteados desde el Pilar de Comunicaciones por parte de las entidades del Conglomerado.
- Dirigir el funcionamiento de las otras instancias del Pilar para garantizar la gobernanza de las comunicaciones y el cumplimiento del Plan Estratégico de Comunicaciones establecido para el Conglomerado.

Los anteriores comités, y otros mecanismos de interacción que se definan contarán con su propio reglamento.

1.10 NORMATIVIDAD

Al igual que otras actividades que adelantan las entidades públicas, las acciones de comunicación deben estar enmarcadas en la aplicación y el cumplimiento de la normatividad existente. Todas ellas deben estar orientadas a los propósitos de gobernabilidad, rendición de cuentas, la transparencia y participación.

- Ley 1712 del 6 de marzo 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.

Enlace Astrea:

https://www.medellin.gov.co/normograma/docs/astrea/docs/ley_1712_2014.htm

- De acuerdo con el Decreto 883 de 2015, en su artículo 78, modificado por el artículo décimo del Acuerdo 01 de 2016, será la Secretaría de Comunicaciones la responsable de liderar, coordinar y hacer seguimiento a la implementación del Pilar de Gobernanza de las Comunicaciones del modelo Conglomerado Público Distrito de Medellín.

Enlace Astrea:

https://www.medellin.gov.co/normograma/docs/astrea/docs/D_ALCAMED_0883_2015.htm

- Decreto 770 de 1982, por medio del cual se expide el reglamento de protocolo y ceremonial de la Presidencia de la República.

- Acuerdo 73 de 2013, donde se definen los lineamientos para la creación de la política pública, ejercer como Secretaría Técnica de la Política Pública de medios alternativos, independientes, comunitarios y ciudadanos de Medellín.

Enlace Astrea:

https://www.medellin.gov.co/normograma/docs/astrea/docs/A_CONMED_0073_2013.htm

- Resolución N.º 79102 del 22 de noviembre de 2022, por la cual se concede el registro de marca “Conglomerado Público de Medellín”, por parte de la Superintendencia de Industria y Comercio.
- Acuerdo 107 de 2009, libro de marca que estandariza el manejo del escudo de armas y de los demás aspectos gráficos, donde se da el uso del logo Distrito de Medellín, bajo el direccionamiento y aprobación del equipo funcional Publicidad y Marca de la Secretaría de Comunicaciones.
- Circular N.o 20240000020 de 2024, lineamientos comunicacionales para el uso de la marca distrito de Medellín y sus entidades descentralizadas.
- Ley 2345 de 2023, por medio de la cual se implementa el manual de identidad visual de las entidades estatales, se prohíben las marcas de gobierno y se establecen medidas para la austeridad en la publicidad estatal.

Enlace Astrea:

https://www.medellin.gov.co/normograma/docs/astrea/docs/ley_2345_2023.htm

- Decreto 1590 de 2019, por medio de la cual se establece la Política de marcas y otros signos distintivos en el Municipio de Medellín

Enlace Astrea:

https://www.medellin.gov.co/normograma/docs/astrea/docs/d_alcamed_1590_2019.htm

- Decreto 163 de 2018, por medio del cual se adoptan los Manuales de Identidad del Municipio de Medellín

https://www.medellin.gov.co/normograma/docs/astrea/docs/d_alcamed_0163_2018.htm

2.0

Lineamientos

A continuación, se establecen las políticas y los lineamientos generales que rigen la Gobernanza de las Comunicaciones del nivel central y descentralizado del Conglomerado Público de Medellín; éstas están fundamentadas en el cumplimiento del proceso de Comunicación Pública del Sistema Integral de Gestión y el Plan Estratégico de Comunicaciones del Distrito para cada vigencia en articulación con los planes de comunicación de las entidades y dependencias del Conglomerado así como los decretos, resoluciones y circulares que se expidan en consideración de nuevas directrices para orientar la acción de comunicaciones.

2.1 Lineamiento 1: INFORMACIÓN AL SERVICIO DE LA CIUDADANÍA

Las políticas de divulgación y prensa del Conglomerado buscan garantizar el derecho ciudadano a la información, sin perjuicio de la aplicación de los criterios de caracterización de la información pública, pública clasificada, pública reservada y semi – privada en cumplimiento del principio de publicidad que rige el servicio público.

Con ello se pretende entregar información transparente, oportuna, suficiente y actualizada a la ciudadanía, de los programas, proyectos y gestión de las entidades del Conglomerado, a través de los canales y medios propios, así como de los canales públicos y los medios de comunicación masivos, alternativos, comunitarios, independientes y ciudadanos, con el propósito de llegar a los entornos locales, regionales, nacionales e internacionales, según sea necesario.

Temáticas: aborda la gestión de la información y de rendición de cuentas.

Acciones:

El equipo funcional de Divulgación y Prensa de la Secretaría de Comunicaciones cumple con las siguientes acciones:

- Orienta la definición de las políticas de comunicación informativa para el Conglomerado Público.
- Establece los parámetros para la definición de vocerías, canales y estilo del manejo de la información para el Conglomerado Público.

- Promueve la agenda informativa del Conglomerado.
- Genera protocolos de atención y respuesta en situaciones de crisis.
- Orienta la formulación de la estrategia de relacionamiento con sus públicos de interés.

Las actividades mencionadas son ejecutadas por el equipo de Divulgación y Prensa, conforme a los lineamientos establecidos en los siguientes documentos que se encuentran en la plataforma Isolución, del proceso Comunicación Pública:

Manual de Tono

<https://www.medellin.gov.co/Isolucion/BancoConocimiento4AlcaldiaMedellin/9/93b2b628847f4629a199dc402d1a92c0/MA-CMPU-009ManualdeTonoV3.pdf>

Manual de Vocería

<https://www.medellin.gov.co/Isolucion/BancoConocimiento4AlcaldiaMedellin/7/703a5c475d3c4ff4a3cd27b1bbd64b63/MA-CMPU-007ManualdeVocera-copia.pdf>

2.2 Lineamiento 2: RELACIONAMIENTO ACERTIVO CON LOS PÚBLICOS DE INTERÉS

Las estrategias de relacionamiento con los públicos de valor e interés del Conglomerado Público de Medellín velan por el correcto uso de la marca registrada “CONGLOMERADO PÚBLICO DE MEDELLÍN” así como el posicionamiento y cuidado de la identidad corporativa, además del cumplimiento de las directrices de relaciones públicas, protocolo y eventos del Distrito, definidas en los diversos manuales.

Temáticas: aborda temas de protocolo, relaciones públicas, eventos, proyección y relacionamiento institucional.

Acciones:

El Equipo de Eventos y Comunicación Corporativa de la Secretaría de Comunicaciones cumple con las siguientes acciones:

- Establece las políticas para la realización de eventos y protocolo, aplicables en la gestión local, nacional e internacional, según el caso, de las entidades del Conglomerado.

- Realiza la guía para la realización de eventos y relacionamiento con públicos de interés y de valor.
- Brinda asesorías integrales al nivel central y descentralizado del Conglomerado Público de Medellín, en lo relacionado con conceptualización, organización y protocolo de eventos.
- Vela por el adecuado manejo de la marca registrada “CONGLOMERADO PÚBLICO DE MEDELLÍN”, las marcas institucionales y de los elementos de imagen que dan identidad a las dependencias y entidades que conforman el Conglomerado y cuyo uso inadecuado podría tener repercusiones en la reputación institucional, afectaciones de carácter económico y pérdida de confianza por parte de los públicos.

Las actividades mencionadas son ejecutadas por el equipo de Eventos y Comunicación Corporativa, conforme a los lineamientos establecidos en el siguiente documento que se encuentra en la plataforma Isolución, del proceso Comunicación Pública:

Bitácora para eventos Distrito

<https://www.medellin.gov.co/Isolucion/BancoConocimiento4AlcaldiaMedellin/a/af29fba4206f4872be32f6010b66da24/BITCORADISTRITODECIENCIATECNOLOGAEI NNOVACINMEDELLN-FO-CMPU-003-Versin5.docx>

2.3 Lineamiento 3: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PARA EL SERVICIO PÚBLICO

La formulación de políticas y estrategias de comunicación organizacional buscan promover una cultura del servicio público, la consolidación de la identidad institucional y la apropiación de los valores organizacionales entre quienes hacen parte de las diversas entidades del Conglomerado, entregándoles información de los avances y logros de los diversos programas y proyectos, y haciéndolos parte fundamental de la gestión de gobierno.

Temáticas: Aborda la gestión de la comunicación organizacional del nivel central y descentralizado del Conglomerado.

Acciones:

El Equipo de Comunicación Organizacional de la Secretaría de Comunicaciones realiza las siguientes acciones:

- Orienta la definición de políticas de comunicación organizacional del Conglomerado.
- Establece los canales para la interrelación y entendimiento entre los públicos internos.
- Orienta las estrategias de comunicaciones dirigidas al público interno en torno a acciones de gobierno y al bienestar laboral.

Las actividades mencionadas son ejecutadas por el equipo de Comunicación Organizacional, conforme a los lineamientos establecidos en el siguiente documento que se encuentra en la plataforma Isolución, del proceso Comunicación Pública:

Procedimiento Comunicación Organizacional

<https://www.medellin.gov.co/Isolucion/Administracion/frmFrameSet.aspx?Ruta=Li4vRnJhbWVTZXRBCnRpY3Vsby5hc3A/UGFnaW5hPUJhbmNvQ29ub2NpbWllbnRvNEFsY2FsZGIhTWVkbWxsaW4vOC84M2RkMzgxMjU5MTU0MTI1ODc2ZjVhNTkyNmI1ZjI2OC84M2RkMzgxMjU5MTU0MTI1ODc2ZjVhNTkyNmI1ZjI2OC5hc3AmSURBUIRjQ1VMTz01MTkyOQ==>

2.4 Lineamiento 4: COMUNICACIÓN PARA LA MOVILIZACIÓN CIUDADANA

Orienta las políticas y estrategias de comunicación dirigidas a la aplicación de los lineamientos para la promoción de la participación calificada en los programas, proyectos y procesos en aquellas dependencias y entidades del Conglomerado cuya misionalidad así lo establezca, con el fin de fortalecer las redes ciudadanas y la participación comunitaria en procesos de formación, corresponsabilidad, veedurías y cultura ciudadana.

Temáticas: aborda campañas ciudadanas, comunicación comunitaria, acciones en territorio y la promoción de la participación ciudadana, la corresponsabilidad ciudadana, así como el ejercicio de control de la gestión mediante las veedurías.

Acciones:

El Equipo de Movilización de la Secretaría de Comunicaciones realiza las siguientes acciones en las acciones articuladas o individuales de las dependencias y entidades del conglomerado cuando a ello hubiere lugar:

- Asesora y orienta la formulación de estrategias dirigidas a la movilización y

promoción de la participación ciudadana en los procesos, programas y proyectos que buscan fortalecer el tejido social, la civildad y la corresponsabilidad.

- Promueve la articulación de los diferentes sectores del Conglomerado para fortalecer las estrategias en torno a los procesos de comunicación comunitaria.
- Da lineamientos estratégicos para el trabajo desde el Conglomerado con los medios de comunicación alternativos, comunitarios, independientes y ciudadanos de Medellín – MAICC-.

Las actividades mencionadas son ejecutadas por el equipo de Movilización, conforme a los lineamientos establecidos en el siguiente documento que se encuentra en la plataforma Isolución, del proceso Comunicación Pública:

Procedimiento Movilización:

<https://www.medellin.gov.co/Isolucion/Administracion/frmFrameSet.aspx?Ruta=Li4vRnJhbWVtZXRBcnRpY3Vsby5hc3A/UGFnaW5hPUJhbmNvQ29ub2NpbWllbnRvNEFsY2FsZGIhTWVkaWxsaW4vYy9jMzA4NTI5ZGU5M2M0YmNlYjAwY2RlN2I1YTkwMmMwZC9jMzA4NTI5ZGU5M2M0YmNlYjAwY2RlN2I1YTkwMmMwZC5hc3AmSURBUlRlQ1VMTz01MTkzNA==>

2.5 Lineamiento 5: COMUNICACIÓN DIGITAL QUE ACERCA A LA CIUDADANÍA

Las políticas y estrategias de comunicación mediante el uso de plataformas, canales y redes sociales digitales, según lo establecido por el Gobierno Nacional, están orientadas a establecer una relación de confianza con la ciudadanía, a través de una vinculación cercana con la administración pública, donde se propicien espacios de diálogo, interacción, escucha activa, participación y control social.

Temáticas: Aborda la definición de estrategias de comunicación para el entorno digital; redes sociales, portales web, intranet, blog, APP, desarrollos móviles y nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Acciones:

El Equipo de Comunicación Digital de la Secretaría de Comunicaciones realiza las siguientes acciones:

- Orienta la definición de las políticas en materia de comunicación digital y redes sociales digitales del ente central y descentralizado.

- Da lineamientos estratégicos para el relacionamiento asertivo con los diversos públicos y la promoción de la gestión del Conglomerado en canales, plataformas y medios digitales.
- Promueve el desarrollo de estrategias de comunicación digital para lograr posicionamiento del Conglomerado con los ciudadanos y públicos estratégicos.
- Establece los protocolos para dar cumplimiento a las directrices de Gobierno En Línea, que desde el Gobierno Nacional orienta la gestión de la comunicación digital para las entidades públicas.

Las actividades mencionadas son ejecutadas por el equipo de Comunicación Digital, conforme a los lineamientos establecidos en el siguiente documento que se encuentra en la plataforma Isolución, del proceso Comunicación Pública:

Manual de Comunicación Digital

https://www.medellin.gov.co/Isolucion/BancoConocimiento4AlcaldiaMedellin/7/743919afc6454ece8747184cf009d265/MA-CMPU-012Manual_ComunicacionDigitalV2.pdf

2.6 Lineamiento 6: MARCA E IMAGEN CORPORATIVA

Las políticas y estrategias de publicidad y marca están orientadas a la coherencia y correcto uso de la imagen corporativa, los elementos de identidad institucional y de manejo de marca, asociados al desarrollo de estrategias comunicacionales, promocionales y de mercadeo –en los casos que así lo amerite-, y la protección de la marca Conglomerado Público de Medellín y a la pertinencia de las campañas informativas, de gestión y rendición de cuentas, así como en el desarrollo de eventos y actos públicos de carácter institucional, regional, nacional e internacional.

Temáticas: Aborda la implementación del uso de imagen y tono comunicacional en estrategias y campañas de comunicación y publicitarias.

Acciones:

El Equipo de Publicidad y Marca de la Secretaría de Comunicaciones realiza las siguientes acciones:

- Define las políticas de uso de la imagen y de los elementos de identidad institucional del Conglomerado Público de Medellín.
- Garantiza el correcto uso de la imagen propia de la Alcaldía de Medellín y el Conglomerado bajo los parámetros establecidos.

- Articula los planes y campañas publicitarias con el Plan Estratégico de Comunicaciones.

Las actividades mencionadas son ejecutadas por el equipo de Publicidad y Marca, conforme a los lineamientos establecidos en los siguientes documentos que se encuentran en la plataforma Isolución, del proceso Comunicación Pública, los cuales orientan el manejo de los aspectos relacionados con la identidad institucional:

Manual de Identidad Visual

Enlace Isolución.

https://www.medellin.gov.co/Isolucion/BancoConocimiento4AlcaldiaMedellin/6/6b2a742a7af148a5af337f2d4d727fd8/MA-CMPUManualdeIdentidadVisualV18_1.pdf

Manual de Uniformes Institucionales

Enlace Isolución.

https://www.medellin.gov.co/Isolucion/BancoConocimiento4AlcaldiaMedellin/2/24628d423254412c803ba949a9f41161/MACOMU006Manualdeuniformesinstitucionales_v4.pdf

Manual de señalética

Enlace Isolución.

<https://www.medellin.gov.co/Isolucion/Administracion/frmFrameSet.aspx?Ruta=Li4vRnJhbWVtZXRlc3R5Y3Vsby5hc3A/UGFnaW5hPUJhbmNvQ29ub2NpbWllbnRvNEFsY2FsZGlhTWVkaWxsaW4vYy9jYTE5MGM2YmY1NTI0M2Q4OWMzYTI4NWlxNDQwMDdmNy9jYTE5MGM2YmY1NTI0M2Q4OWMzYTI4NWlxNDQwMDdmNy5hc3AmSURBUIRjQ1VMTz02ODUxNA>

3.0

Seguimiento y Evaluación

3.1. SEGUIMIENTO

La revisión y seguimiento a la implementación y ejecución del modelo Conglomerado Público y el desarrollo de los pilares de gestión, específicamente al Pilar Gobernanza de las Comunicaciones, será responsabilidad de la Secretaría de Comunicaciones, para lo cual designará a un grupo de profesionales (Comunicadores Estratégicos) encargados de acompañar y asesorar a las diferentes entidades en su aplicación, así como aquellos profesionales que considere pertinente, y hará seguimiento al cumplimiento del mismo, a partir de los compromisos adquiridos en el Comité Editorial establecido por la dependencia, además de las demás instancias que establezca para este propósito.

Para el seguimiento a la implementación y estado del Pilar de Gobernanza de las Comunicaciones del Conglomerado Público, la Secretaría de Comunicaciones designará al equipo de Comunicadores Estratégicos y/o los profesionales de apoyo que considere pertinente, para que realice la verificación

De igual forma, los responsables de las comunicaciones de cada dependencia del nivel central, así como de entidades descentralizadas, deberán presentar a la Secretaría de Comunicaciones su Plan de Comunicaciones (articulado al Plan Estratégico y al Plan de Desarrollo del período correspondiente). Esto con el fin de gestionar adecuadamente, en el Comité Editorial, las solicitudes de productos y componentes comunicaciones que reflejen las acciones de coordinación institucional orientadas a garantizar el cumplimiento del Pilar Gobernanza de las Comunicaciones.

La Secretaría de Comunicaciones presentará anualmente al alcalde y en representación de éste, al Comité Rector del Manual de Gobernanza de las Comunicaciones:

1. Informe del estado de implementación y efectividad del Pilar Gobernanza de las Comunicaciones en las entidades del Conglomerado, que incluya seguimiento al Plan Estratégico de Comunicaciones y los planes de comunicación institucionales en los casos que lo considere pertinente.
2. Informe de seguimiento de la implementación de las acciones correctivas y de

mejora correspondientes a la implementación del Pilar Gobernanza de las Comunicaciones, a través de los mecanismos de evaluación, como las auditorías, la revisión y el seguimiento de indicadores.

3. A solicitud del alcalde se podrán presentar otros informes.

3.2 EVALUACIÓN

El Pilar tendrá para su evaluación la ejecución de las siguientes acciones:

1. Actas del Comité Rector del Manual de Gobernanza de las Comunicaciones
2. Informe anual, presentado por la Secretaría de Comunicaciones, al alcalde y en representación de éste, al Comité Rector del Manual de Gobernanza de las Comunicaciones sobre la aplicación del manual.
3. Registro de las reuniones generales anuales, efectuadas con los jefes, directores y coordinadores de comunicaciones de las dependencias y entidades del Conglomerado, en articulación con los comunicadores estratégicos de la Secretaría de Comunicaciones, establecidas para la socialización, revisión de políticas, directrices, lineamientos y manuales que orientan la acción de comunicaciones.

Reporte semestral del Comité Editorial a partir de las solicitudes presentadas por las dependencias y entidades del Conglomerado, con relación a las alertas y observaciones referentes a la aplicación de los lineamientos contenidos en este manual y los instrumentos asociados, así como informes de los comunicadores estratégicos –en los casos que sea necesario–.

3.3 INSTRUMENTOS ASOCIADOS A LA EVALUACIÓN DEL PILAR DE GOBERNANZA DE COMUNICACIONES.

Serán instrumentos asociados para efectuar la evaluación de la aplicación del Manual de Gobernanza de las Comunicaciones los siguientes:

1. Plan Estratégico de Comunicaciones del Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín de la vigencia correspondiente.
2. Planes de Comunicaciones de las dependencias y entidades del Conglomerado Público Municipio de Medellín
3. Manual de Marca Conglomerado Público
4. Manuales, guías, instructivos y procedimientos de operación y funcionamiento

establecidos por el Distrito, para el proceso Comunicación Pública, que se encuentren cargados en la plataforma Isolución del Sistema de Gestión de Calidad.

5. Decretos, resoluciones, circulares y demás comunicaciones expedidos para el direccionamiento de la acción estratégica de comunicaciones en el Conglomerado.

Indicadores asociados a las acciones de evaluación de la aplicación del pilar de Gobernanza de las Comunicaciones.

Objetivo	Meta	Indicador	Periodicidad	Responsable	Evidencia
Establecer los criterios de comunicación del Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín en articulación con las acciones de comunicación requeridas por el Conglomerado.	Uno Descripción: Formular un el plan estratégico de comunicaciones para el Distrito.	Plan Estratégico de Comunicaciones formulado.	Cuatrienal Descripción: Se formula un plan para el correspondiente período de gobierno, el cual tendrá revisión anual.	Subsecretaría de Comunicación Estratégica, Secretaría de Comunicaciones.	Plan Estratégico de Comunicaciones codificado en la plataforma Isolucion.
Formular políticas y lineamientos y para el direccionamiento de las estrategias de comunicación de las dependencias del Conglomerado Descripción: Corresponde a decretos, circulares, instructivos emitidos por la Secretaría de Comunicaciones para el Conglomerado.	Dos Descripción Al menos dos documentos, circulares o políticas de direccionamiento formulados.	Número de políticas y lineamientos formuladas por la Secretaría de Comunicaciones.	Anual Descripción: Se formulan mínimo dos documentos, circulares o políticas de direccionamiento anualmente.	Subsecretaría de Comunicación Estratégica, Secretaría de Comunicaciones.	Documentos, circulares o políticas emitidas. Se codificarán, en los casos que sea pertinente, en la plataforma Isolucion.

Objetivo	Meta	Indicador	Periodicidad	Responsable	Evidencia
Establecer un instrumento de planeación de las comunicaciones, para las entidades del Conglomerado, que contribuya a la aplicar los lineamientos establecidos.	<p>Uno</p> <p>Descripción: Instrumento de planeación –Plan de Comunicaciones- aplicado por las dependencias o entidades para la planeación de las estrategias de comunicación.</p>	Plan de comunicaciones aplicado.	<p>Anual</p> <p>Descripción: Se formula un plan de comunicación anual por dependencia o entidad, con revisión semestral.</p>	<p>Equipo de Comunicadores Estratégicos en articulación con los comunicadores, coordinadores o jefes de comunicación de las dependencias y entes del Conglomerado.</p> <p>** Se exceptúa de este lineamiento a EPM y sus entidades vinculadas por el carácter específico de la entidad, las acciones que realiza con sus filiales nacionales e internacionales.</p>	Planes de comunicaciones elaborados por las dependencias y validados por los comunicadores estratégicos de la Secretaría de Comunicaciones.
Socializar los lineamientos, directrices y/o políticas de comunicación a las dependencias y entidades del Conglomerado	<p>Uno</p> <p>Descripción: Encuentro de socialización, divulgación y validación de lineamientos, directrices y/o políticas de comunicación</p>	Encuentro de socialización, divulgación y validación efectuado	<p>Anual</p> <p>Descripción: Se efectuará un encuentro / reunión validación, anualmente, con los comunicadores estratégicos de la secretaría de Comunicaciones y los comunicadores, coordinadores o jefes de comunicación de las dependencias y entes del Conglomerado.</p>	Subsecretaría de Comunicación Estratégica, Secretaría de Comunicaciones.	<p>Lista de asistencia de los comunicadores estratégicos de la secretaría de Comunicaciones y los comunicadores, coordinadores o jefes de comunicación de las dependencias y entes del Conglomerado</p> <p>Programación del encuentro y documentos / presentaciones asociadas a los contenidos establecidos.</p>

4.0

Disposiciones finales

4.1 CUMPLIMIENTO

El Manual Gobernanza de las Comunicaciones se suscribe en el marco del modelo Conglomerado Público Distrito de Medellín y su cumplimiento es de carácter vinculante para el distrito y las entidades descentralizadas sujetas al mismo en los términos del artículo 74 del Decreto 883 de 2015, y demás disposiciones que la modifiquen, sustituyan o reglamenten.

Este manual podrá ser adoptado por aquellas entidades descentralizadas en las que el Distrito no tenga participación mayoritaria, conforme lo decidan sus respectivos órganos de dirección.

4.2 DIVULGACIÓN

El manual Gobernanza de las Comunicaciones y las modificaciones que se realicen, serán ampliamente divulgados en la Administración Distrital, en cada una de las entidades descentralizadas y a las partes interesadas.



www.medellin.gov.co



Alcaldía de Medellín
Distrito de
Ciencia, Tecnología e Innovación