

1. PROTOCOLO PARA EL MANEJO DE LA PRENSA Y LAS COMUNICACIONES

Este decálogo, que hace parte integral de la Política de Comunicaciones de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales -OACRI-, contiene el conjunto de principios que tienen por finalidad dotar de herramientas a personal directivo o funcionarios(as) de la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos –UAESP- para dar declaraciones o brindar información a los medios de comunicación sobre la misionalidad de la entidad y servicios públicos a cargo como barrido, recolección y limpieza en la ciudad, servicios funerarios, alumbrado público, disposición final, aprovechamiento, entre otros.

2. OBJETO

Establecer las estrategias del manejo de las comunicaciones de la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos -UAESP- en cabeza de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales -OACRI- en situaciones de crisis, de incumplimiento y cumplimiento de las metas institucionales en armonía con los Planes Distritales de Desarrollo, con el fin de brindar la imagen institucional y fortalecer la reputación en la capital de la entidad y lograr el acercamiento con los medios de comunicación nacionales, regionales, locales e internacionales.

3. ALCANCE

Este Protocolo para el Manejo de la Prensa y las Comunicaciones de la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos -UAESP- pretende una guía al cuerpo directivo y sus subdirecciones misionales para facilitar el abordaje a hechos de crisis, de quebrantamiento de la reputación institucional y el fortalecimiento de los procesos comunicativos ligados a planes, proyectos y otros enmarcados en las funciones y directrices normativas de los servicios públicos a cargo de la entidad.

4. LINEAMIENTOS DE OPERACIÓN

- Una de las funciones de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales de la UAESP es canalizar las peticiones de información y

entrevistas de la prensa. Desde la OACRI siempre habrá apoyo y asesoría a la hora de responder a los medios de comunicación. La construcción y definición de boletines de prensa, comunicados, paquetes de medios y convocatorias a ruedas de prensa, así como la información a difundir, debe pasar por la revisión del jefe de la Oficina y su equipo.

- Recuerde que como vocero de la entidad y los procesos a cargo, debe documentarse, tener claros los procesos, proyectos y demás aspectos misionales. Debe siempre facilitar estadísticas, datos y demás información que dé cuenta de la gestión de la entidad, sus subdirecciones y demás dependencias.
- En todos los casos, es recomendable atender a la prensa y facilitar su trabajo.
- Evadir las solicitudes de periodistas, comunicadores o representantes de medios de comunicación puede ser contraproducente para la entidad y sus funciones misionales. Es muy importante, que a través del Jefe de la OACRI o su delegado, comunicarle al periodista o representante del medio de comunicación que hace la petición de entrevista, sobre su disponibilidad de tiempo para responder inquietudes o entrevistas. Esta es una regla de oro para que él o ella priorice los interrogantes y usted pueda cumplir otros compromisos. Recuerde siempre que la coordinación de entrevistas, espacios, así como solicitudes de la prensa, deben siempre realizarse a través de la OACRI.
- Atienda y responda las preguntas del periodista con la mayor amabilidad posible. De ello depende, en gran parte, el tratamiento que este le dé a la información suministrada en el momento de elaborar la nota para prensa, radio o televisión. Recuerde que toda información, estadísticas o datos deben ser socializados con la OACRI antes de ser compartidos al periodista o representante del medio de comunicación. Tenga en cuenta que se está proyectando la imagen de la UAESP. Sea cuidadoso al hablar, refleje confianza y credibilidad y utilice siempre un lenguaje sencillo.
- El periodista es un ser humano como cualquiera. Muchas veces, incluso, está más nervioso que el entrevistado, pero sabe manejar esta situación. Muéstrese tranquilo y

seguro a la hora de responder y nunca dé entrevistas si desconoce el tema, pues la inseguridad lo puede llevar a cometer equivocaciones.

- Sea concreto y preciso en sus respuestas. Cuando no comprenda la pregunta, hágaselo saber al periodista con amabilidad y en ningún caso haciéndolo sentir mal.
- Si desconoce información precisa requerida por el o la periodista (en términos, por ejemplo, de cifras, datos, estadísticas, valores, números), lo recomendable es decirle al comunicador que por el momento no cuenta con esa información. Es posible que él o la periodista insista sobre el tema. Pero no se deje presionar. Dígale que, con gusto, más adelante le resolverá la inquietud, cuando usted acopie la información. Nunca le proporcione al periodista información estadística desactualizada o sobre la cual usted no esté seguro.
- Si el periodista pregunta algo que usted ya respondió, lo hace por una de dos razones: Porque cuando usted le respondió no estaba prestando la atención debida, o como estrategia para obligarlo a responder, en el caso de que usted haya evitado hacerlo por no contar con la información necesaria. En el primer caso, respóndale nuevamente sin perder la gentileza y la firmeza. En el segundo, insístale en que por el momento no tiene la información sobre el tema.
- La manera como usted se comporte con la prensa debe ser igual tanto si se trata del representante de un medio de comunicación de alta circulación, audiencia o consulta, como si es un periodista que trabaja para un medio de comunicación pequeño, distrital, local, alternativo o comunitario. No hay que discriminar.
- En ningún caso es recomendable pedirle al periodista que antes de publicar la información se la envíe a usted para revisarla o complementarla. En todo caso, si duda de la exactitud de alguno de los datos suministrados, verifíquelo y llame al comunicador para precisar la información.
- Cuando se trate de denuncias contra la UAESP que comprometan el trabajo de sus servidores o las acciones de sus programas, lo recomendable es informar

inmediatamente al Despacho, para que, junto con la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales, evalúen la manera de actuar.

Recomendaciones adicionales:

- Si el periodista acude a usted es porque sabe que es un experto en el tema. Pero nunca sobra documentarse aún más, para enfrentar las preguntas del comunicador con mayor seguridad.
- En sus respuestas y cuando se trate de la divulgación de acciones de la UAESP en beneficio de la comunidad, destaque que se trata de un programa de la entidad ejecutado a través del proyecto o proyectos a su cargo. Evite hablar en primera persona.
- Antes de facilitar registros fotográficos o en video relacionado con el programa o proyecto que maneja, este debe ser reciente. En todo caso, siempre debe pasar previamente por la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales para validar la calidad y formatos requeridos por los medios.

5. PROTOCOLO PARA EL MANEJO DE CRISIS

En la gestión de las comunicaciones, las crisis se identifican como las actividades que no corresponden a la cotidianidad de la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos -UAESP- y que pueden originar una percepción negativa sobre la gestión de la entidad, sus subdirecciones u otras dependencias.

Regularmente las crisis se presentan de manera inesperada, por lo cual se determinan los siguientes lineamientos para enfrentar estas situaciones que se deben manejar para atender a la ciudadanía y con los medios de comunicación.

Toda crisis implica una reacción rápida, una o varias decisiones asociadas al diseño de una estrategia coyuntural para superarla. Las crisis se pueden clasificar como: **altas**, **medias y bajas** dependiendo de la intensidad de la afectación sobre las decisiones a tomar.

Las crisis de ***intensidad alta*** son aquellas que implican la salida inminente de un funcionario, normalmente de alto rango, el viraje casi en contrario de una decisión anterior o una medida de choque para controlar de manera inmediata una situación.

Las crisis de ***intensidad media*** son aquellas que están asociadas a hechos, decisiones o personas que implican una toma de decisión cuya trascendencia redireccionará una decisión anterior.

La crisis de ***intensidad baja*** es una situación que amerita una intervención pronta, pero cuyo impacto está focalizado y no tiene trascendencia para toda la entidad.

Instrucciones:

Antes de emitir información pública, es necesario verificar con la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales la manera de presentarla y contar con su permanente acompañamiento, así como su asesoría.

Tenga en cuenta que los usuarios de la UAESP o la ciudadanía en general procesan la información pública de manera diferente y pueden ser víctimas de datos malintencionados o desinformación.

Es necesario reconocer e identificar los diferentes públicos para saber a quién y cómo impactar en momentos determinados.

Aspectos para el manejo de las crisis:

Conformar un comité de crisis con directivos y funcionarios/as que conozcan de primera mano los detalles de la situación.

Para enfrentar una crisis se debe actuar con tranquilidad, transparencia y prudencia.

Se debe decir la verdad ante cualquier situación de crisis.

Hablar con base en datos verdaderos y confirmados previamente socializados con la OACRI. Si existen dudas sobre los mismos, es mejor no mencionarlos.

Evite exagerar la situación o minimizar el problema.

No se deben dar declaraciones a ningún medio de comunicación, sin que no exista asesoría y pase por el análisis de la información por parte del jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales y su equipo.

Los voceros autorizados son los únicos que pueden entregar declaraciones. Los voceros deben definidos por la Dirección General de la UAESP con acompañamiento de la OACRI.

Frente a cualquier crisis, la entidad u organismo distrital debe pronunciarse de manera responsable.

Definir el plan para enfrentar a los medios de manera articulada entre las dependencias de la entidad y la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales, que contenga como mínimo: identificación de grupos de interés afectados, parámetros que permitan categorizar las posibles crisis según sus niveles de importancia (este aspecto se articula con la identificación de riesgos del proceso de comunicaciones) y la estrategia de comunicación para enfrentar cada una de las crisis.

La solución no es comunicar, se comunica la solución.

Recomendaciones:

Cuando se realicen modificaciones o actualizaciones en servicios prestados a la ciudadanía, tarifas, así como trámites públicos a cargo de la entidad o bajo su supervisión, es necesario informar a los beneficiarios y otros públicos identificados, con mínimo 15 días de anticipación, previa asesoría de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales y directriz de la Dirección General, con el fin de verificar y establecer las ventajas, tiempos y requerimientos de dicha modificación o actualización.

No olvide que por el denominado efecto “bola de nieve”, una acción o cambio rutinario a servicios prestados a la ciudadanía, tarifas y trámites públicos a cargo de la entidad, puede generar una crisis de proporciones inesperadas. La agilidad para enfrentar una

crisis es clave en la gestión e imagen positiva de la entidad frente a la situación presentada.

La Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales deberá mantener actualizada de forma periódica el listado de medios de comunicación, las bases de datos de periodistas y contactos institucionales. Además, la información considerada sensible o delicada y las posibles situaciones que puedan convertirse en crisis.

6. PROTOCOLO PARA PUBLICACIÓN DE NOTICIAS, REALIZACIÓN Y CUBRIMIENTO DE EVENTOS, DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS, CAMPAÑAS Y CONTENIDOS MULTIMEDIA

Existen varios tipos de contenidos que deben y pueden publicarse de manera permanente en el sitio web www.uaesp.gov.co de la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos -UAESP-:

3.1 Noticias multimedia

Están compuestas por uno, dos o varios formatos:

Video: Pieza audiovisual compuesta por imágenes, off o voice-over, declaraciones, entrevistas y datos de interés o estadísticas graficados en formato alfa. Este tipo de contenido se acompaña de un titular y un lead. Opcional una nota escrita.

Pódcast: Pieza sonora en la que priorizan testimonios, entrevistas e historias con sonidos de ambiente que hagan más amena su escucha.

Galería fotográfica: Imágenes o fotografías en muy buena calidad, en las que se exprese a la audiencia mensajes e intenciones comunicativas claras.

Reel: Conjunto de imágenes en video en alta calidad. No incluye entrevistas ni off o voice-over. Puede acompañarse de textos descriptivos en formato alfa.

Nota escrita: Texto construido a partir de información relevante, testimonios, cifras, descripción de proyectos, procesos, servicios y otros misionales.

Para las notas escritas se debe entregar como mínimo los siguientes requisitos:

Titular: Máximo de 80 caracteres con espacios.

Foto portada o adicionales: mínimo de 990x557 pixeles.

Pie de foto: Máximo 100 caracteres.

Lead: Máximo 250 caracteres.

Cuerpo de la nota (opcional y según el producto): Mínimo una cuartilla que está compuesta por cuatro párrafos, cada uno de 300 caracteres.

Tags: el periodista o creador del contenido debe entregar palabras clave que considere importantes para la indexación de la nota en buscadores web y redes sociales.

Periodicidad: Cada semana se debe publicar una nota de cada uno de los periodistas o creador del contenido que tienen como responsabilidad ser los enlaces con subdirecciones, comunicaciones internas y otras dependencias de la entidad. Cada contenido o noticia multimedia será evaluado por la jefe de la OACRI en consejos de redacción o reuniones de oficina.

Fuentes de información: El periodista responsable debe solicitar a la subdirección o dependencia a cargo, datos, información, estadísticas debidamente confirmadas para elaborar los contenidos y noticias multimedia. Es importante dejar trazabilidad de este proceso con el fin de contrastar sus fuentes.

Tiempo de corrección de estilo: Cada nota o contenido multimedia antes de su realización y edición debe pasar previamente por revisión y corrección de estilo. El periodista a cargo debe tramitar la aprobación final del jefe de la OACRI y de la subdirección o dependencia de la entidad a la que hace referencia el producto, a través de correo electrónico o los canales digitales dispuestos para tal fin, y posteriormente enviar al web máster para su publicación.

Publicación en sitio web: El web máster debe publicar el material recibido según petición del periodista a cargo y se defina en la Parrilla de Contenidos y Actas del Consejo de Redacción Semanal liderado por el jefe de la OACRI.

En caso de requerirse la publicación inmediata de un comunicado, boletín de prensa o contenido de manera urgente, debe hacerse por solicitud directa de la jefe de la OACRI o el delegado para esta tarea.

3.2 Solicitudes de publicación de información, elaboración de piezas visuales o gráficas desde otras dependencias o subdirecciones de la UAESP a OACRI

Canal de solicitud: Todo requerimiento interno debe ser enviado por la subdirección o dependencia interesada a través del correo comunicaciones.uaesp@uaesp.gov.co. El jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales solo recibirá en su buzón solicitudes especiales enviadas de manera directa por la Dirección General, subdirectores o Jefes de otras dependencias y oficinas. Siempre debe especificarse objetivos y su finalidad.

No olvide relacionar:

- El número de contacto del profesional a cargo o delegado por el subdirector o jefe de dependencia.
- Qué tipo de proyecto es.
- Fecha de publicación o lanzamiento.
- Tipo de piezas o contenido: aquí establecer si se trata de piezas gráficas, digitales o de contenido multimedia. (Ver más adelante tipos de contenidos o piezas).

Tiempo de elaboración de piezas o contenidos multimedia: La información de insumo deberá ser entregada a la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales en los tiempos establecidos antes de su elaboración y publicación, además deben cumplir con las siguientes características:

- La información será suministrada por la fuente, profesional enlace, subdirector, director de oficina o delegado para esta función y deberá ser clara y precisa.
- La Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales será la encargada de diseñar y elaborar el contenido con la información referida.
- El contenido multimedia o pieza gráfica tendrá revisión de estilo y de línea editorial en la OACRI.
- Se realizará revisión con la fuente (o subdirección o dependencia) solicitante antes de su publicación.
- La Oficina Asesora de Comunicaciones realizará la aprobación final de la pieza o contenido multimedia.

Tipos de contenidos o piezas:

Banner web: Pieza gráfica diseñada para publicación en la página institucional que redirige hacia un micrositio, noticia o publicación con información específica. Tamaño 1.600 x 400 pixeles.

Pieza para redes sociales: Diseño digital dirigido a redes sociales en las que se puede relacionar información de gestión, invitaciones, capacitaciones, actualización de trámites o servicios misionales, entre otros. Tamaño 1080 x 1080 px (relación de aspecto de 1:1). Horizontal: 1080 x 566 px (relación de aspecto de 1,91:1). Vertical: 1080 x 1350 px (relación de aspecto de 4:5).

Toma de fotografías: Imágenes de registro de eventos, programas, proyectos, foros, mesas de trabajo, entre otros.

Cubrimiento: Imágenes de registro en video o en audio de eventos, programas, proyectos institucionales, foros, mesas de trabajo, conversatorios entre otros.

Newsletter: Boletín diseñado como informe electrónico que contiene noticias sobre las actividades de la entidad y sus dependencias. Este boletín tiene generalmente un tema principal de interés para sus destinatarios.

Pendón: Pieza publicitaria portable y versátil. Su información debe ser concisa y de interés para permitir una fácil comunicación. Tamaño 60 x 160 cm, hasta los 100 x 200 cm.

Afiche: Pieza publicitaria diseñada con un slogan o frase breve y con características del proyecto, campaña o servicio. Tamaño tabloide o doble carta: 42 cm. x 28cm. Cuarto de pliego: 35 cm. x 50cm. Medio pliego: 50 cm. x 70 cm. Pliego: 100 cm. x 70 cm.

Folleto o volante: Pieza publicitaria compuesta por contenidos informativos más explicativos sobre trámites, servicios o programas. El diseño va acompañado de imágenes, fotos, cifras o datos. Tamaños A3: 29,7cm x 42cm. A4: 21cm x 29,7cm. A5: 14,8cm x 21cm. A6: 14,8cm x 10,5cm. 1/3 o A4: 21cm x 9,9cm. Díptico o A5: 21cm x 29,7 cm.

Carátula de libro: Pieza o diseño con información breve, en la que se destaca un título, nombre de proyecto, programa o servicio. Tamaño universal A5 148 x 210 mm.

Video: Pieza audiovisual compuesta por imágenes, off o voice-over, declaraciones, entrevistas y datos de interés o estadísticas graficados en formato alfa.

Pódcast: Pieza sonora en la que priorizan testimonios, entrevistas e historias con sonidos de ambiente que hagan más amena su escucha.

Galería fotográfica: Imágenes o fotografías en muy buena calidad, en las que se exprese a la audiencia mensajes e intenciones comunicativas claras.

Reel: Conjunto de imágenes en video en alta calidad. No incluye entrevistas ni off o voice-over. Puede acompañarse de textos descriptivos en formato alfa.

Campaña informativa, educativa, pedagógica o de cultura ciudadana: Conjunto de piezas, diseños, videos, textos, parrilla de contenidos e imágenes con mensaje unificado

y claro, que busca establecer sensibilización o comunicación sobre servicios, productos, trámites y otros procesos institucionales y misionales.

NOTA IMPORTANTE: Antes de enviar una solicitud de diseño de piezas, impresión o elaboración de contenidos multimedia revise o consulte el Decreto Distrital 492 de 2019 que establece restricciones y prohibiciones bajo el Plan de Austeridad del Gasto Público en las entidades adscritas a la Alcaldía Mayor de Bogotá. (<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=85976>).

Insumos mínimos para solicitudes a OACRI:

Información: Toda actividad debe traer un texto en digital, en Word (.doc) o en PDF (.pdf) y debe estar sin restricciones o claves para su uso. No enviar textos incluidos dentro las imágenes, toda información digital debe ser editable la intención para una correcta indexación y de fácil acceso.

Resumen: Es una descripción corta de la actividad o tema resumida en 160 caracteres con espacios. Esta descripción se utilizará en los procesos de diseño, edición o creación de las piezas.

Información general: Debe incluir el día, lugar con dirección y hora si hace parte de un evento.

Palabras claves o tags para piezas web: Estos son términos con los que los usuarios pueden realizar una búsqueda en internet y acceder a la información. Son los términos específicos que considera importante el autor y que deben estar en la noticia, es decir en el cuerpo del texto, en el título, subtítulo y resumen.

Información completa - artículo: Esta información es el contenido de la actividad, proyecto o programa. Aquí debe reposar toda la información de la actividad incluyendo fotografías, videos, enlaces o vínculos, entre otros, que consideren pertinente.

La divulgación y difusión digital se realizará a través de sitio web de la UAESP, redes sociales (Facebook, Twitter, Tik Tok, Instagram y LinkedIn), newsletter y demás

herramientas y canales comunicativos con los que cuenta la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos -UAESP-.

Edición y diseño: Si no se envía el archivo editable el diseñador o realizador tomará, a su criterio, una fracción para que se adapte a los estándares definidos en los medios de difusión definidos por OACRI (sitio web, new letter, redes sociales, etc.).

Suministre archivos adicionales a la información escrita, con el fin de facilitar el proceso de diseño, elaboración o creación. Si requiere insumos solicite previamente toma de fotografías o grabación de videos.

No está demás definir:

- ¿Para qué tipo de actividad va dirigida la pieza, diseño o contenido multimedia y para qué sirve?
- A quién se le va a hablar, características del público objetivo.
- ¿Qué mensajes ya se han utilizado previamente?
- El tono y la manera en la forma en cómo se va a decir, ¿qué se busca transmitir con el mensaje?

Formatos:

- JPG, GIF, TIFF (para imágenes y fotografías)
- ai (Illustrator), .cdr (Coreldraw), .psd (PhotoShop) y .pdf (Con opciones de edición activas)

Resolución: Las imágenes en video pueden venir a 300 dpi o preferiblemente a 72 dpi. El estándar por defecto es 72 dpi en formatos mp4, mov, avi, wmv o avcdh.

Audios: Los sonidos deben venir en wav o mp3 preferiblemente. Los sonidos deben estar limpios, sin ambientes que interfieran en los mensajes, entrevistas y otros.

Para el caso de los diseños y piezas gráficas realizados por un profesional externo o ajeno a la entidad, el formato JPG, PNG o GIF. La imagen debe estar optimizada para publicación en web y debe ser menor a 100k.

Textos:

- Debe tener la dependencia, unidad o proyecto al que pertenece y si es evento o noticia.
- Título de la actividad o tema de manera ser corta y concisa. Máximo 60 caracteres con espacios.
- Información de la actividad o tema. Máximo 120 caracteres con espacios.

3.3 Solicitud de cubrimientos o realización de eventos desde otras dependencias o subdirecciones de la UAESP a OACRI

Canal de solicitud: Todo requerimiento interno debe ser enviado por la subdirección o dependencia interesada a través del correo comunicaciones.uaesp@uaesp.gov.co El jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales solo recibirá en su buzón solicitudes especiales enviadas por la Dirección General, subdirectores o jefes de otras dependencias y oficinas. Siempre debe especificarse objetivo y su finalidad.

Información necesaria: No olvide que en la solicitud a la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales debe especificar:

- El número de contacto del profesional a cargo o delegado por el subdirector o jefe de dependencia.
- Qué tipo de proyecto o evento es.
- Fecha de realización o cubrimiento.
- Especificaciones técnicas de sonido, video, pantallas, apoyo logístico, refrigerios u otros elementos que requiera para el evento.

Enlaces de comunicaciones con otras subdirecciones o comunicaciones internas con otras dependencias: Es importante establecer una reunión con el periodista de enlace o de comunicación interna para definir detalles, características del evento, locación, público y demás datos para la realización del evento o apoyo.

Es importante establecer tenga trazabilidad y evidencias con el fin de responder a solicitudes internas y externas, así como a procesos de auditorías.

NOTA IMPORTANTE: Antes de enviar una solicitud cubrimiento o realización de eventos revise o consulte el Decreto Distrital 492 de 2019 que establece restricciones y prohibiciones bajo el Plan de Austeridad del Gasto Público en las entidades adscritas a la Alcaldía Mayor de Bogotá.

(<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=85976>)

3.4 Administración de redes sociales

La UAESP cuenta con perfiles institucionales en Facebook (uaesp.bogota), YouTube (uaesp), Twitter (@uaesp), Instagram (@uaesp), LinkedIn (Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos) y TikTok (@uaesp.bogota).

- En estas redes se publican diariamente los contenidos multimedia y campañas realizados por los periodistas que cubren las diferentes fuentes misionales de la entidad: Aprovechamiento, Recolección, Barrido y Limpieza, Servicios Funerarios, Alumbrado Público y Disposición Final. También, los contenidos y campañas elaboradas por el equipo de comunicación interna.
- Se deben crear y diseñar contenidos diferenciados que cumplan con la identidad y las características de cada red social.
- Cada tema a divulgar por las diferentes redes sociales se hace con un video o imagen (pieza gráfica con datos relevantes de la información), una breve descripción como

copy y para los casos que lo amerite, un link para direccionar y ampliar la respectiva información.

- Se realiza la programación de trinos, con imágenes, videos o animaciones, etiqueta (#) y tags. La frecuencia de publicación se establece según las indicaciones del jefe de OACRI. Cubriendo de lunes a domingo, entre las 6 a.m. y 9 p.m.
- Las publicaciones realizadas por el equipo digital deben ser de alta calidad en imagen y sonido, con el aporte de los realizadores audiovisuales y la aprobación del jefe de la Oficina. Es importante que los contenidos estén acordes con las tendencias de las redes sociales.
- Si es una campaña transversal, la sinergia, piezas comunicativas y programación las remiten vía correo electrónico o grupo de WhatsApp, los responsables de comunicación digital de la Alcaldía Mayor o de alguna entidad de los 12 sectores del Distrito Capital.
- Las campañas o sinergias creadas por la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales de la UAESP que contengan material de video, fotografías y piezas comunicativas se envían con aprobación del jefe de Oficina a la Alcaldía para revisión previa con dos días de anticipación a la publicación y cuando quedan aprobados, se comparten con los equipos digitales de las otras entidades del Distrito.
- Para atender las consultas, quejas, denuncias o felicitaciones que se reciben a través de las redes sociales institucionales, se debe priorizar el tipo de usuario: si es de un alto funcionario del gobierno nacional o distrital, senador, alcalde, concejal, edil, líder de opinión pública o personas con gran influencia en las redes, se analiza la inquietud para construir una respuesta que previamente sea revisada y aprobada por el jefe de la Oficina. Si es un ciudadano del común, se da respuesta directa si existe o

dependiendo la complejidad de la misma, se inicia el proceso de radicación de PQRS establecido con Atención al Ciudadano.

- El monitoreo en redes sociales institucionales se hace a través de la exploración en cada una de ellas. Todos los días se hace seguimiento por temas de interés, subdirecciones o áreas misionales para generar alertas y respuestas tempranas.
- Se realizan informes con las métricas de crecimiento, alcance, publicaciones, visitas o visualizaciones para proyectar los avances mensuales y anuales de las redes sociales institucionales. Estos reportes se envían al jefe de la OACRI para revisión y posterior definición de planes de acción.

3.5 Operador logístico

La Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales -OACRI- cuenta con el apoyo de un operador logístico seleccionado y contratado a través de licitación pública o con el mecanismo que establezca la Subdirección de Asuntos Legales de la UAESP. Este operador facilita la organización, planeación y apoyo a la realización de eventos institucionales de la entidad, la impresión de material publicitario, el alquiler de equipos técnicos y tecnológicos para cumplir con misionalidad de la OACRI. La jefatura de la oficina delega a un profesional de planta o contratista para coordinar acciones y solicitudes con el operador.

Todo requerimiento a la OACRI que requiera servicios del operador logístico debe pasar por previa autorización del jefe de la Oficina para validar su pertinencia, verificar cotización y su valor. Es importante que todo lo relacionado con el operador logístico tenga trazabilidad y evidencias con el fin de responder a solicitudes internas y externas.

3.6 Monitoreo de medios

Objetivo: Reportar noticias e informes periodísticos sobre la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos -UAESP-, sus subdirecciones, dependencias, servicios públicos o temas coyunturales de la entidad, a través del monitoreo digital de las publicaciones y noticias emitidas por los diferentes medios de comunicación con el fin de

validar la reputación y visibilidad de la entidad en la opinión pública. Los contenidos noticiosos en video, audio, escritos o enlaces web son enviados diariamente a un grupo de WhatsApp dispuesto por la OACRI y la jefatura de oficina.

Diligenciamiento: A través de una matriz se consolidan todos los reportes informativos y noticiosos, y se acompaña de un informe final cada mes, en el que se analiza y clasifica el tipo de contenidos y las subdirecciones o dependencias de la entidad a las que hacen referencia.

La matriz e informe consolidado se presenta de manera mensual y a la jefatura de la OACRI y a los delegados definidos.

En estos reportes se clasifican las noticias en prensa, radio, televisión y páginas web y el medio de comunicación que la emite, se hace el seguimiento e impacto a cada noticia así:

- **Positiva:** Todas las noticias que están a favor de la UAESP.
- **Negativa:** Son las noticias que afectan la imagen y la reputación directa de la entidad.
- **Neutra:** Son las noticias en las que se menciona a la entidad o algunos de sus temas sin afectaciones negativas ni positivas.

Responsable: El jefe asignará esta labor a los funcionarios y contratistas según las obligaciones laborales o contractuales que tenga asignadas el personal de la oficina para el seguimiento de medios digitales y tradicionales.

Evidencia: Matriz establecida por la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales e informe mensual de análisis.

3.7 Central de medios

En caso de necesitarlo, la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales -OACRI- contrata y selecciona a una empresa, a través de licitación pública o con el mecanismo que establezca la Subdirección de Asuntos Legales de la UAESP, para que preste los servicios de central de medios. La función principal es la coordinación y gestión de espacios para pauta y divulgación de campañas

comunicativas, pedagógicas, educativas y de cultura ciudadana en medios de comunicación locales, nacionales y otros espacios publicitarios.

Todo proceso de la OACRI que requiera servicios de central de medios debe pasar por previa autorización del jefe de la Oficina para validar su pertinencia, verificar cotización y su valor. Es importante que todo lo relacionado con estos trámites tengan trazabilidad y evidencias con el fin de responder a solicitudes internas y externas, así como a procesos de auditorías.

7. CONSEJO DE REDACCIÓN

Objetivo: Definir los temas, actividades y eventos internos y externos que se van a cubrir para divulgar a través de las redes sociales, canales internos, página web y medios de comunicación cada semana, relacionados con proyectos misionales y temas coyunturales, esta instancia aprueba los contenidos a desarrollar.

Periodicidad: Una (1) reunión semanal.

Citación: La convocatoria será realizada por el jefe de la Oficina de Comunicaciones o por la secretaria de la oficina, con previa solicitud del jefe. La citación se realiza a través de correo electrónico o agenda virtual y su asistencia es presencial. La realización de este consejo también se puede de manera virtual en situaciones especiales.

Asistencia: El consejo es de carácter obligatorio para el jefe de la OACRI, los periodistas que cubren cada una de las fuentes o subdirecciones de la entidad, los responsables de comunicación digital, los periodistas de comunicación interna, representantes del equipo audiovisual y de diseño y demás citados que defina el jefe de la OACRI.

Lugar de realización: El desarrollo de este consejo de redacción se hará en la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales o en la sala de juntas de la entidad o de manera virtual en situaciones especiales. Esta reunión es liderada por el jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales o a quien delegue.

Seguimiento de compromisos y actividades: Una vez finalizada esta reunión se realizará un acta de consejo y una parrilla de contenidos que establece los compromisos y productos a publicar por cada periodista encargado o designado, con apoyo del equipo audiovisual y de diseño de la oficina. Parrilla de contenidos: tipo de contenido, día y hora de publicación, responsable.

8. COMITÉ PRIMARIO

Objetivo: Realizar el seguimiento a la gestión que desarrolla la oficina, además de esto se realiza el análisis de cumplimiento de las actividades hechas durante el mes anterior, así como las propuestas de trabajo del mes siguiente, buscando así cumplir con los objetivos de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales, esta reunión se enmarca bajo el Sistema Integrado de Gestión.

Periodicidad: Aun cuando la resolución 757 de 2023 establece que este comité debe reunirse mínimo una vez trimestralmente, la OACRI adelantará una reunión (1) mensual y deberá realizarse entre los 15 primeros días de cada mes.

Citación: La convocatoria será realizada por el jefe de la Oficina, o por la secretaria de la oficina, con previa solicitud del jefe de la oficina OACRI. La citación se realiza a través de correo electrónico o agenda virtual y su asistencia es presencial. Esta reunión es liderada por el jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales o quien delegue y la secretaria de la OACRI está encargada de elaborar el acta.

Asistencia: La asistencia es obligatoria y deberán participar todos los miembros del equipo de profesionales de planta y contratistas, así como los solicitados por la jefatura de la Oficina.

Evidencia: De cada reunión se genera como soporte un acta con el desarrollo de los temas tratados, intervenciones, compromisos y el listado de asistencia firmado por cada uno de los asistentes.

Lugar de realización: El desarrollo de esta reunión se hará en la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales.

1. CONTROL DE CAMBIOS:

TABLA 1 CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Fecha	Descripción de la modificación
1	27/01/2020	Aprobación documento
2	30/11/2023	Se ajustó el documento incluyendo el alcance y ajustando los lineamientos de operación y de protocolo

Fuente: UAESP

TABLA 2 AUTORIZACIONES

	Nombre	Cargo(s)	Firma(s)
Elaboró	Sara Gabriela Ortega	Contratistas Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales	
	Sergio Grandas Medina		
	Manuel García Sánchez		
	David Reyes Durango		
	Karen María Acero		
Revisó	Hernando Manuel Manjares Altahona	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales	
	Luz Mary palacios Castillo	Profesional de la Oficina Asesora de Planeación	
Aprobó	Alexandra Roa Mendoza	Jefe Oficina Asesora de Planeación	