 <b>UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS</b>	<b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTION</b>	Código: 140,11,08-16
	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión: 01
	PROCEDIMIENTO DE LA OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	Fecha: 21/03/2023 Página <b>1</b> de <b>6</b>

## 1. OBJETIVO

Desarrollar un proceso comunicativo para llevar a cabo estrategias para la dignificación de las víctimas y la construcción de la paz, con enfoque diferencial y territorial.

## 2. ALCANCE

Inicia con la definición de las estrategias derivadas del proceso comunicativo y las necesidades o temas de interés de las diferentes áreas que deben ser comunicados, se define la línea de acción en la creación de contenido, se recogen los insumos para la generación de piezas y finaliza con la aprobación y difusión de los productos por los canales internos y externos a los públicos de interés.

## 3. DEFINICIONES

### **Brief:**

El brief o briefing es un documento claro y conciso que guía a una persona o grupo de personas para realizar un proyecto o tarea determinada.

### **Campaña:**

Serie de mensajes publicitarios que comparten una sola idea y tema que conforman una comunicación integrada

### **Contenido digital:**

Productos de comunicación con especificidades para canales digitales, información presentada de manera digital y en diversos formatos como textos, audios, videos, imágenes, plantillas y aplicaciones, entre otras

### **Cubrimiento:**


Actividad periodística que tiene como finalidad recolectar información sobre un evento, actividad o información específica.

### **Diseño:**

Concepción de una pieza gráfica que desarrolla una idea original.

### **Edición:**

Es el proceso por el cual el editor coloca fragmentos de vídeo, fotografías, gráficos, audio, efectos digitales y cualquier otro material para que el producto final quede ordenado lógicamente.

 <b>UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS</b>	<b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTION</b>	Código: 140,11,08-16
	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión: 01
	PROCEDIMIENTO DE LA OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	Fecha: 21/03/2023 Página <b>2</b> de <b>6</b>

**Formato editable:**

Hace referencia a un archivo que se envía con características específicas que permiten modificar algunos aspectos del mismo.

**Motion Graphics:**

Son elementos gráficos digitales multimedia a los que se les da vida a través de la animación. Estos elementos se pueden rotar, escalar, crear movimiento o hasta conseguir una secuencia de vídeo. Este término se usa para distinguirlo de los diseños gráficos fijos.

**Multimedia:**

Multimedia es una forma de comunicación que utiliza una combinación de diferentes formas de contenido como texto, audio, imágenes, animaciones o video en una sola presentación interactiva.

**Pieza audiovisual:**

Producto de comunicación que posee elementos de audio y visuales.

**Pieza de comunicación:**

Herramientas de comunicación por medio del cual se transmite un mensaje a los públicos objetivos.

**Pixel:**

Un **píxel** o **pixel**, plural **píxeles** es la menor unidad homogénea en color que forma parte de una imagen digital.

**Podcast:**

Es una publicación digital periódica en serie, ya sea en audio o en video, y que normalmente se puede descargar de Internet a través de web.

**Postproducción:**


Es la última etapa de la producción audiovisual. Es la fase de edición de video y sonido del material con una intención narrativa, y que dependiendo de la pieza puede incluir motion graphics, títulos, gráficas, colorización, mezcla de audio, entre otros.

**Producción:**

Se refiere al proceso de grabación de material audiovisual para crear diferentes piezas audiovisuales, donde dependiendo de la complejidad del producto audiovisual, la duración y la preparación del mismo será diferente.

**Requerimientos técnicos:**

Se refiere a las especificaciones de tamaño de la pieza, materiales, acabados, tintas y cantidades de ejemplares.

 <b>UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS</b>	<b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTION</b>	Código: 140,11,08-16
	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión: 01
	PROCEDIMIENTO DE LA OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	Fecha: 21/03/2023 Página <b>3</b> de <b>6</b>

**Sherpa:**

Prueba de color, impresa de manera digital muy cercana al resultado litográfico, suministrada por el impresor para aprobación.

**4. CRITERIOS DE OPERACIÓN**

Para un apropiado desarrollo de operación se evalúan de manera grupal los acontecimientos o situaciones que son insumo para la creación de propuestas comunicativas, con el fin de definir los públicos, los conceptos narrativos, gráficos, audiovisuales y creativos y los canales de comunicación pertinentes que serán propicios para el desarrollo del contenido o productos y el cumplimiento de la misionalidad, la estrategia y el proceso comunicativo.

Adicionalmente, se realizan mediciones de efectividad de la estrategia las cuales ayudan a comprender los escenarios posibles y dar soporte a las nuevas propuestas de comunicación.

Las solicitudes para la creación, publicación y difusión de contenidos están relacionadas con:

- 1.Actividades relacionadas con la misionalidad de la Institución.
- 2.Cubrimiento de eventos institucionales, de solicitudes de la Dirección o de otras dependencias.
- 3.Desarrollo de contenidos propios de la Oficina en la implementación de estrategias del proceso comunicativo.


Con base en las fuentes de información el jefe de la OAC valida la pertinencia de la información y define la línea de acción que participará en el desarrollo y divulgación del contenido, estas líneas son:

- Comunicación de divulgación y prensa, que a su vez tiene las líneas de:
  - Comunicación con víctimas
  - Comunicación para la paz
- Comunicación interna

Equipos transversales:

- Digital
- Diseño gráfico
- Audiovisual
- Sonoro

Para cumplir con los objetivos se tiene en cuenta como punto de partida el "formato de brief" que debe contener la información completa y necesaria para el correcto desarrollo de cada requerimiento, ...

 <b>UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS</b>	<b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTION</b>	Código: 140,11,08-16
	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión: 01
	PROCEDIMIENTO DE LA OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	Fecha: 21/03/2023 Página <b>4</b> de <b>6</b>

1. Datos del área y persona solicitante.
2. Definición de la necesidad.
3. Objetivo de la solicitud.
4. Público Objetivo.
5. Tono de la comunicación.
6. Resultados esperados.
7. Fecha límite a resolver la solicitud.
8. Información adicional a tener en cuenta.
9. Insumos o recursos que apoyen la creación y divulgación.

La Oficina Asesora de Comunicaciones es responsable de la administración, publicación y circulación de la información de las redes sociales de la entidad, de igual manera es la encargada de publicar la información de carácter informativo y noticioso para la página web.

En lo que respecta a la página web y la publicación y administración de los contenidos de información que responde a Transparencia y acceso a información pública, es deber de las áreas de planeación, secretaria general, financiera, talento humano, jurídica y contratación disponer de un enlace que será capacitado por la Oficina Asesora de Comunicaciones (OAC) en sinergia con la Oficina de Tecnologías de la Información (OTI), para la publicación y administración autónoma del contenido correspondiente a cada área.

La Oficina Asesora de comunicaciones no es responsable de ningún tipo de impresión, artículos de merchandising o branding, únicamente lo es de la entrega del diseño o archivo digital para que el área o solicitante ejecute la acción.

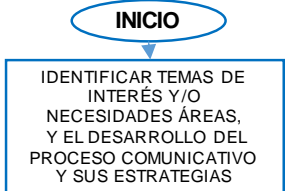

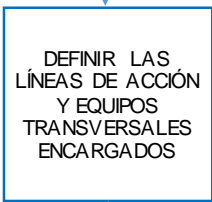
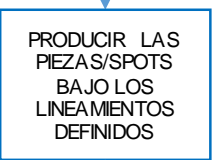
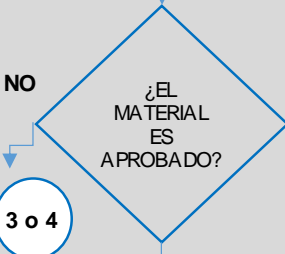
Asociado a este procedimiento está también el "formato de consentimiento y cesión de derechos de imagen", es un documento que permite que una persona física (cedente) autorice a la Unidad para las Víctimas (cesionario) a utilizar su imagen a título gratuito, y determina los usos o fines para los cuales y los medios o soportes a través de los cuales el cesionario podrá utilizar la imagen del cedente.


Cada actividad establecida por este procedimiento tendrá la revisión y verificación, con el fin de determinar una línea editorial propia, que esté dirigida a todas nuestras partes interesadas en un lenguaje claro y de fácil comprensión.

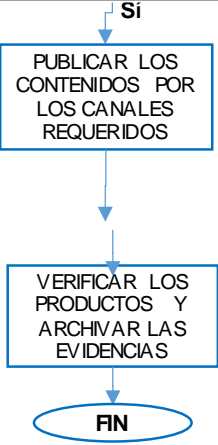
La Normatividad requerida para el desarrollo de las actividades citadas en el presente procedimiento se encuentra definida en el Normograma de la Unidad, disponible para consulta en la página web.

 <b>UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS</b>	<b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTION</b>	Código: 140,11,08-16
	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión: 01
	PROCEDIMIENTO DE LA OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	Fecha: 21/03/2023 Página <b>5</b> de <b>6</b>

## 5. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

Nº PC	Flujograma	Descripción	Entrada	Responsable	Salidas
1		Identificar en las reuniones semanales los brief recibidos por parte de las áreas	Reuniones semanales de seguimiento, formato brief	Jefe de la OAC, grupo de comunicaciones y dependencias de la Unidad	Actas de reunión
2		Revisar la información de los formatos brief. Si el formato cumple con lo establecido pasa a la actividad 3. Si el formato no cumple debe ser devuelto al área para ser ajustado y el procedimiento debe volver a empezar.	Correos electrónicos, formato brief	Jefe de la OAC y/o profesional delegado para llevar a cabo la actividad	Correos electrónicos, formato brief
3		Asignar a la línea de acción correspondiente y definir el trabajo a desarrollar y/o las piezas que se deben elaborar en cada caso.	Correo electrónico, documentos Word y/o participación presencial y/o virtual en reuniones o eventos	Profesionales de comunicación de la línea de acción y/o grupo de apoyo encargado	Información escrita, fotografías, video, testimonios, cifras, informes
4		Producir las piezas teniendo en cuenta los criterios de operación de este procedimiento y los documentos anexos del mismo.	Información escrita, fotografías, video, grabaciones de audio, testimonios, cifras, informes	Profesionales de comunicación de la línea estratégica o grupo de apoyo encargado	Boletines, piezas audiovisuales, piezas gráficas, contenido para redes sociales (tweets, fotografías, memes, videos), especiales web y documentos Web
5 PC		Revisar el total del material. Si hay aprobación, pasa a la actividad número 6. Si no hay aprobación, se regresa a la actividad número 4 o a la 3 si se requiere.	Productos de comunicación: boletines, piezas audiovisuales, piezas gráficas, contenido para redes sociales, especiales web y documentos web	Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y/o encargado y solicitantes de las dependencias	Aprobación vía correo electrónico o por mensajes a través de mensajería instantánea

 <b>UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS</b>	<b>SISTEMA INTEGRADO DE GESTION</b>	Código: 140,11,08-16
	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	Versión: 01
	PROCEDIMIENTO DE LA OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES	Fecha: 21/03/2023 Página <b>6</b> de <b>6</b>

Nº PC	Flujograma	Descripción	Entrada	Responsable	Salidas
6		Publicar o enviar los contenidos por los canales de comunicación requeridos	Boletines, piezas audiovisuales, piezas gráficas, contenido para redes sociales, especiales Web y contenido web	Profesionales de comunicación de la línea estratégica o grupo de apoyo encargado	Notas o piezas publicadas, enlaces o hipervínculos
7		Verificar los productos y archivar las evidencias	Notas o piezas publicadas, enlaces o hipervínculos	Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y/o encargado, funcionarios y contratistas de la Unidad	Correos electrónicos Formato Brief One Drive
<b>FIN</b>					

Producto y/o Servicio Generado	Descripción del Producto y/o Servicio
Contenidos multimedia y campañas	Productos comunicativos creados con el fin de difundir información a diferentes públicos de interés por diversos canales.

## 6. ANEXOS

- Anexo 1. Manual de imagen institucional
- Anexo 2. Formato de consentimiento y cesión de derechos de imagen
- Anexo 3. Formato brief
- Anexo 4. Protocolo de comunicaciones

## 7. CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Fecha	Descripción de la modificación
1	21/03/2023	Creación del procedimiento