



UNIDAD ADMINISTRATIVA PARA LA  
**CONSOLIDACIÓN  
TERRITORIAL**

## **POLÍTICA DE COMUNICACIONES**

**2015**



**DPS** Departamento para  
la Prosperidad  
Social



## Contenido

Pág.

### 1. INTRODUCCIÓN

- 1.1 Contexto UACT
- 1.2 Objetivos
- 1.3 A quién aplica

3  
4  
6  
6

### 2. COMUNICACIÓN INTERNA

- 2.1 Herramientas de comunicación interna
- 2.2 Comunicación con el cliente interno y externo

7  
7  
8

### 3. COMUNICACIÓN EXTERNA

- 3.1 Grupos de interés
- 3.2 Visibilidad y manejo de imagen
- 3.3 Aplicación de logos con socios y otras entidades
- 3.4 Intervención en campo
- 3.5 El discurso
- 3.6 La imagen en publicaciones
- 3.7 Política editorial
- 3.8 Aplicación del logo en zonas de violencia
- 3.9 Boletines de prensa
- 3.10 Ruedas de prensa
- 3.11 Etapas de visibilización de procesos
- 3.12 Organización de eventos
- 3.13 Pendones
- 3.14 Relacionamiento con medios y prensa
- 3.15 Voceros
- 3.16 Validadores

10  
10  
10  
17  
21  
21  
22  
23  
23  
23  
24  
24  
25  
30  
30  
30  
31

### 4. PROCEDIMIENTO DE DIFUSIÓN DEL PROTOCOLO

31

## 1. INTRODUCCIÓN

La Política de Comunicaciones se realiza con el objetivo de estandarizar procesos y procedimientos en torno a las líneas de acción de la estrategia de comunicaciones de la Unidad Administrativa Especial para la Consolidación Territorial (UACT): comunicación interna y comunicación externa.

Para establecer una directriz clara frente al uso de la marca institucional, la entidad se rige bajo el manual Guía Sistema Gráfico del 2014 de la Presidencia de la República y el manual de uso de imagen del Departamento para la Prosperidad Social (DPS).

Asimismo, la Política contempla el alcance del protocolo de comunicaciones con socios estratégicos y operadores de la UACT, en lo que respecta al uso y activación de marca, en diferentes eventos y medios.

En lo referente al plan estratégico, la Política destaca el público objeto, la línea de mensajes, los voceros, así como los canales de transmisión. Del mismo modo, la Política evidencia el alcance de la comunicación organizacional enfocada a: modificar y profundizar el conocimiento que tienen los funcionarios y contratistas sobre la entidad; cambiar la actitud y la productividad, para que los colaboradores sean parte fundamental en el cumplimiento de los objetivos de la entidad.



## **1.1 Contexto UACT**

La Consolidación y Reconstrucción Territorial se concibe como un proceso coordinado de movilización y establecimiento permanente de la institucionalidad estatal en las regiones de mayor incidencia histórica de las organizaciones armadas ilegales, de crimen organizado y de cultivos ilícitos; que en función de la recuperación de la confianza de las comunidades en el Estado, busca generar las capacidades necesarias para la institucionalización del territorio, la integración regional, la participación ciudadana y el buen gobierno local, con el fin de contribuir con el acceso y protección de los derechos fundamentales y constitucionales de los ciudadanos en estos territorios.

En el año 2002 y bajo el documento de Política Conpes 3218 se establecen los lineamientos del Desarrollo Alternativo en Colombia, liderados por el Programa Presidencial contra Cultivos Ilícitos (PCI), el cual recoge los principales logros de los diferentes planes de gobierno desarrollados en vigencias anteriores y enfoca la intervención en 5 grandes líneas productivas, sumadas de una política de cero ilícitos.

La seguridad es fundamental para ingresar a zonas devastadas por la violencia, el narcotráfico y los cultivos ilícitos, y para generar procesos de participación y empoderamiento comunitario.

En junio del año 2008, nace un nuevo Conpes 3669 que legitima el desarrollo alternativo en Colombia y la política de cero ilícitos.

Paralelamente, en el año 2004 el Gobierno Nacional conforma el Centro de Coordinación de Acción Integral (CCAI) como estrategia de coordinación interinstitucional de 14 entidades del Estado y 20 más de enlace, con el propósito de fortalecer la legitimidad y presencia de las instituciones democráticas en regiones también caracterizadas por la presencia de actores armados ilegales y cultivos ilícitos, donde tradicionalmente había una débil institucionalidad.

En el año 2009, la Directiva Presidencial 01 buscando potenciar las condiciones necesarias para lograr la consolidación sostenible del Estado de acuerdo con las particularidades territoriales, estableció el CCAI como espacio de coordinación de las entidades para llevar a cabo el Plan Nacional de Consolidación Territorial.

Bajo el Gobierno del Presidente Juan Manuel Santos surge la Política Nacional de Consolidación y Reconstrucción Territorial (PNCRT), cuyo direccionamiento estratégico es responsabilidad del Consejo de Seguridad Nacional.

Para ejecutar la PNCRT, el decreto 4161 del 3 de noviembre de 2011 crea la Unidad Administrativa Especial para la Consolidación Territorial (UACT) del orden nacional, con personería jurídica, autonomía administrativa y financiera, y patrimonio propio, adscrita al Departamento Administrativo para la Prosperidad Social, que lidera el Sector de Inclusión Social y Reconciliación, del cual hace parte la UACT junto con el ICBF, la Unidad para Atención y Reparación a las Víctimas, la Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza Extrema y la Unidad de Memoria Histórica.

Para el desarrollo de la Política es fundamental el trabajo articulado y el apoyo brindado por los socios estratégicos y operadores que intervienen en gran parte del territorio nacional.

Con el fin de establecer una línea clara que evidencie el rol del Gobierno Nacional y del Estado en estas zonas deprimidas, al tiempo que posicione un único mensaje ante las diferentes comunidades se establece el presente documento de Comunicaciones.

Por parte del Gobierno de Colombia, la Unidad Administrativa Especial para la Consolidación Territorial (UACT) es la entidad creada por el Gobierno Nacional para articular la oferta institucional existente y para diseñar e implementar proyectos de respuesta rápida priorizados por las comunidades.

El objetivo de este protocolo es determinar los procedimientos a seguir en materia de comunicaciones y visibilidad con el fin de dotar de consistencia a todos los elementos de comunicación que se realicen en todos los componentes y procesos de Consolidación Territorial.

Los siguientes son los lineamientos que las entidades deben seguir en materia de comunicaciones, relacionados con los programas y proyectos que se adelanten en las zonas de intervención. Estos lineamientos serán aplicables a las partes, a los socios estratégicos(1) , ejecutores (2) y colaboradores (3) de Consolidación Territorial, USAID, UNODC y demás socios responsables de la ejecución de los proyectos.

## **1.2 Objetivos**

- Establecer lineamientos claros frente al uso de marca en diferentes escenarios.
- Presentar las líneas de acción de la estrategia de comunicaciones, sus procesos y procedimientos con socios estratégicos y operadores.
- Socializar el modelo operativo de comunicaciones UACT que contribuye con los objetivos estratégicos de la Unidad y del Gobierno Nacional.
- Estandarizar procesos y cumplir las directrices.

## **1.3 A quién aplica**

- Consolidación Territorial
- Socios estratégicos, tales como USAID, UNODC y demás socios
- Operadores de recursos
- Colaboradores de Consolidación Territorial
- Gobernaciones y Alcaldías Municipales
- Enlaces de la Fuerza Pública para Consolidación

---

1. Empresas o entidades que administran y/o ejecutan los recursos.

2. Organizaciones que desarrollan los proyectos en terreno.

3. Personal contratado por los operadores, ejecutores y por las agencias para la puesta en marcha de los proyectos.

## 2. COMUNICACIÓN INTERNA

Las actividades realizadas por la Unidad Administrativa Especial para la Consolidación Territorial (UACT), deben estar orientadas por unos lineamientos o códigos que regulen y faciliten la interrelación tanto al interior como al exterior de la Unidad.

### 2.1 Herramientas de comunicación interna

La comunicación interna en la organización está determinada por la interrelación que se desarrolla entre los integrantes de las direcciones y dependencias de la UACT, contribuyendo con la generación de un conocimiento profundo de la Unidad entre los colaboradores y mejorando el clima laboral en términos de compromiso, productividad y efectividad de nuestras acciones.

Para lograr este propósito, la UACT proporciona a su equipo las siguientes herramientas de comunicación internas:

- Web Site institucional: [www.consolidacion.gov.co](http://www.consolidacion.gov.co)
- Facebook: [/consolidacionterritorial](https://www.facebook.com/consolidacionterritorial)
- Twitter: [@consolidaciont](https://twitter.com/consolidaciont)
- Youtube: [/consolidacionUACT](https://www.youtube.com/channel/UC...)
- Blog: [/consolidacionterritorial.blogspot.com](http://consolidacionterritorial.blogspot.com)
- Almacenamiento de información en red
- Correo electrónico
- Tele y video conferencias
- Política de Comunicaciones y Protocolo con socios Estratégicos
- Manual de Imagen Corporativa
- Política Editorial
- Carteleras informativas
- Comunicados de prensa

Estas herramientas son administradas por el Grupo Interno de Trabajo de Comunicaciones Estratégicas; y en el caso del correo electrónico, el almacenamiento de información en red, y las tele y video conferencias, por la Oficina Asesora de Planeación de la UACT.

## 2.2 Comunicación con el cliente interno y externo

Para la UACT los funcionarios, contratistas, representantes de otras entidades, aliados, autoridades locales y las comunidades participantes, entre otros, hacen parte de los clientes internos y externos de la entidad; por tanto cada uno de ellos es un elemento indispensable para el proceso de reconstrucción de . Se debe ser respetuoso y mantener una actitud de servicio con calidad y oportunidad hacia cada persona interna y externa de la UACT.

Con el ánimo de unificar las líneas de mensaje, se creó el Protocolo de Comunicaciones Internas, como herramienta útil para los funcionarios y contratistas de la UACT, tanto del orden nacional como regional.

A continuación se presentan algunas de las actividades que se consignan en el Protocolo para los diferentes públicos:

- **Reuniones directivas:** se realizarán reuniones periódicas con los directivos de la entidad, de manera que se revisen los hitos y líneas de mensaje que se divulgarán a los diferentes grupos de interés o públicos.
- **Comités de comunicaciones:** mensualmente se realizará una reunión de seguimiento a las metas e indicadores, por parte de los delegados de comunicaciones de cada uno de los equipos. Se propone realizarlas la última semana de cada mes.
- **Reuniones con pares de comunicación:** se realizarán reuniones periódicas con los jefes de comunicación de los socios, operadores, alcaldías, gobernaciones y con sus enlaces de prensa para planear y revisar las acciones que permitan proyectar la intervención a corto y mediano plazo.
- **Comité editorial:** (Radio, prensa, TV, redes, Web) a través de diferentes medios se establecerá una comunicación permanente entre los equipos de comunicaciones para rotar la información y agenda semanal. (Durante la reunión directiva se definirán los cronogramas y los responsables)

- **Talleres con equipos regionales:** se proponen realizar talleres con los equipos regionales de las entidades con el fin de unificar las líneas de mensaje y la importancia de replicarlas en los territorios para no generar duplicidad de acciones y confusión en la comunidad y demás actores regionales.
- **Medios propios:** a través de los medios propios la UACT se difundirán las diferentes noticias y promocionarán las actividades realizadas en campo. Para nutrir la información, es importante contar con las fotos y datos más importantes de cada una de las visitas a campo por parte de los funcionarios, contratistas, colaboradores u operadores.

## Formato 01

INFORMACIÓN NECESARIA PARA SUBIR A PÁGINA WEB																
Objetivos	Actividades a realizar	TEMAS	RESPONSABLE DE REPORTAR LA INFORMACIÓN A COMUNICACIONES	ENERO	EN	FEBR	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
Visibilizar y posicionar	Divulgación de información en medios masivos, correos electrónicos; elaboración de artículos, trinos, bullets y discursos	Información sobre hitos estratégicos de la entidad	PLANEACION UACT	No reportan información												
Visibilizar y posicionar		Fechas importantes de la entidad que requieran visibilidad	PLANEACION UACT	No reportan información												
Visibilizar y posicionar		Información actualiza de DPCI: municipios, familias, hectareas lícitas, hectáreas de proyectos productivos, datos estadísticos frente a ventas vs cultivos y producción en las principales líneas productivas, inversión de la UACT, de socios, de comunidades entre otros. Consolidados regionales	PLANEACION UACT	No reportan información												
Visibilizar y posicionar		Información actualizada Dirección de Regiones sobre PAR, PET, Respuesta Rápida, recursos, proyectos y estado de los mismos. Por departamentos, municipios, asociaciones, familias.	PLANEACION UACT	No reportan información												
Visibilizar y posicionar		Información consolidada de cada una de las regiones de Consolidación Territorial en los diferentes pilares	PLANEACION UACT	No reportan información												
Visibilizar y posicionar		Información actualizada de la Dirección de Articulación	PLANEACION UACT	No reportan información												
Publicación de información		Publicación de información básica de la entidad en página web, redes y medios de comunicación - Gobierno en Línea	Información General de la Entidad	PLANEACION UACT	Envían información actualizada en documento PDF											
Visibilizar y posicionar	Misión y visión		PLANEACION UACT	Envían información actualizada en documento PDF												
Visibilizar y posicionar	Objetivos y funciones		PLANEACION UACT	Envían información actualizada en documento PDF												
Visibilizar y posicionar	Organigrama		PLANEACION UACT	Envían información actualizada en documento PDF												

### 3. COMUNICACIÓN EXTERNA

A través de la comunicación externa, se busca visibilizar y garantizar un adecuado posicionamiento de la Unidad Administrativa Especial para la Consolidación Territorial en el contexto regional y nacional.

#### 3.1. Grupos de interés

##### Contexto regional

- Comunidad
- Autoridades locales
- Entidades territoriales
- Sector privado
- Instituciones educativas
- Gremios
- Cooperación

##### Contexto nacional

- Ciudadanía en general
- Entidades del sector público
- Entidades del sector privado
- Academia
- Cooperación internacional
- Medios de comunicación
- Líderes de opinión

#### 3.2. Visibilidad y manejo de imagen corporativa

##### Descripción del logo de la UACT

La Unidad Administrativa Especial para la Consolidación Territorial (UACT), como parte de la Presidencia de la República, cuenta con un logo propio y se rige bajo los parámetros institucionales de identidad que marca el Gobierno Nacional.

A continuación se presentan las opciones de uso de los componentes institucionales para el manejo de la identidad visual de Consolidación por medio de un logotipo, tipografía y colores (fondos), bajo los parámetros de manejo institucional, para ser tenidos en cuenta al momento de elaborar cualquier pieza visual, y serán suficientes para resolver las posibles inquietudes que al respecto puedan presentarse.



El presente logo está compuesto por los siguientes elementos:

El mapa de Colombia en pixeles, pasando por una gama de color amarillo, azul y rojo.

Está acompañado de un texto en altas, en tres renglones, en diferentes tamaños: “UNIDAD ADMINISTRATIVA PARA LA CONSOLIDACIÓN TERRITORIAL”.

El logo de la Unidad Administrativa Especial para la Consolidación Territorial es un bien público y para el cumplimiento de funciones públicas, por tanto, su uso es restrictivo. Se debe garantizar el uso correcto de la imagen en eventos, comunicados y piezas de comunicación.



## LOGO UACT

La tipografía empleada es de la familia

FreightSans Pro en ALTAS para todos sus elementos, aplicada en 2 de sus variantes: Book y Semibold, implementadas según la indicación dada en la construcción del texto.

UNIDAD ADMINISTRATIVA PARA LA

**CONSOLIDACIÓN**

TERRITORIAL

→ FreightSans Pro Book

→ FreightSans Pro Semibold

→ FreightSans Pro Book

• FreightSans Pro Book  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
0123456789

• FreightSans Pro Semibold  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
0123456789

} TIPOGRAFÍA EN ALTAS  
■ Gris al 80%

} TIPOGRAFÍA EN ALTAS  
■ Gris al 80%

## Descripción del logo del DPS

Por ser esta, una entidad adscrita al Departamento Administrativo para la Prosperidad Social (DPS), se deberá incluir en todas las piezas el logo de la entidad, el cual debe ir acompañado por el escudo de Colombia y el lema de Gobierno en todas las piezas.

### LOGO DPS

El logo del Departamento para la Prosperidad Social, está conformado por:

1. El escudo de Colombia
2. Líneas azules que contienen el logo
3. Iniciales en mayúscula del Departamento
4. Texto: "Departamento para la Prosperidad Social" en altas y bajas.



**DPS** Departamento  
para la Prosperidad  
Social

*Logotipo DPS  
versión horizontal*



**DPS** Departamento  
para la Prosperidad  
Social

*Logotipo DPS  
versión vertical*



**DPS**  
Departamento para la  
Prosperidad Social



**DPS**  
Departamento para la  
Prosperidad Social

## Descripción lema del Gobierno Nacional

De acuerdo con lo establecido en el Manual de Imagen Presidencia, el lema de Gobierno tendrá un área de seguridad determinada por la letra “N” de la palabra “NUEVO” para dejar los espacios libres necesarios y tener un canon de medida establecido para mantener la armonía y unificación del lema de Gobierno en su correcta utilización.



*Lema Gobierno Color*



*Lema Gobierno B/N*



Todas las piezas gubernamentales deben incluir el nuevo lema del gobierno nacional.

## Uso de la imagen institucional

A continuación se encuentran las formas de utilizar los logos en versión horizontal y vertical.

### *Opción 1*



### *Opción 2*



El detalle sobre el uso de la imagen corporativa de Consolidación Territorial se encuentra en el Manual de Identidad y Marca, el cual puede ser descargado de la página:

<http://www.consolidacion.gov.co/?q=content/publicaciones>

## Cómo no usar los logos

Logo estirado



Logo con texto superior y  
mapa ampliado



Logo sin mapa



Logo sin texto



Logo de color sobre fondos oscuros



Logo blanco sobre fondos claros



## Otros usos

El logo puede ser usado sobre fondos sólidos o fotografías con una reserva en blanco, aplicando únicamente la versión aquí expuesta. Use esta versión especialmente sobre fondos negros, grises o azules oscuros.



La versión a una sola tinta podrá usarse en casos excepcionales donde no exista la forma de reproducir el logotipo en su versión en color o blanco y negro.



### 3.3 Aplicación de logos con socios y otras entidades

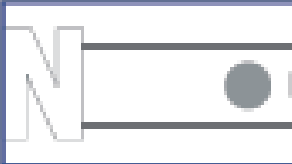


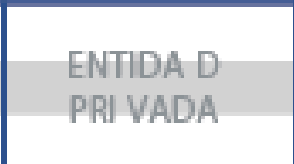
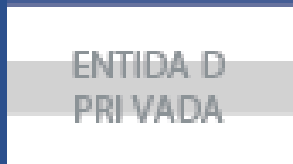





Las piezas de comunicación dirigidas a un público externo o interno que se desarrollan como parte de una actividad, proyecto y/o evento a nivel nacional, regional y municipal organizado directamente por los socios, operadores y Consolidación Territorial, deben incluir el logo de la siguiente manera:

- El logo de la Unidad Administrativa para la Consolidación Territorial por ser entidad del Gobierno Nacional estará ubicado en la parte superior izquierda y siempre estará acompañado del logo del Departamento para la Prosperidad Social y del lema del Gobierno (ver página 14 de este documento).
- De acuerdo con lo establecido en el Manual de Imagen Presidencia:
 

*El ancho del espacio para el co-branding será el mismo ancho que usa el lema de Gobierno, la altura será de 2N de la palabra “nuevo” y estará al mismo nivel del bloque de texto “ TODOS POR UN NUEVO PAÍS”. La separación entre el espacio para los logos del co-branding y el lema de Gobierno será determinada por 2N de la palabra “nuevo”.*

*El DPS deberá ir centrado y sus franjas estarán a 1/2 N de la altura de la palabra “NUEVO”. A la derecha del logo del DPS, se ubicará el logo de la UACT.*

*El orden de aparición de las entidades debe ser en el sentido de la flecha, siempre manteniendo la retícula como contenedor.*

El orden de aparición de las entidades debe ser en el sentido de la flecha, siempre manteniendo la retícula como contenedor.



Siempre el material de consolidación (pendón, backing, pasacalles, etc), será ubicado en el centro del escenario.



## Logo en productos de Desarrollo Alternativo

Todos los productos de Desarrollo Alternativo deben llevar el logo de la Unidad para la Consolidación Territorial, acompañado de la organización, asociación y/o cooperativa que interviene. En caso de utilizar etiqueta, ésta puede estar acompañada con una frase que explique el trabajo conjunto entre el Gobierno de Colombia y los socios estratégicos.

## Ejemplos de algunas piezas de merchandising:

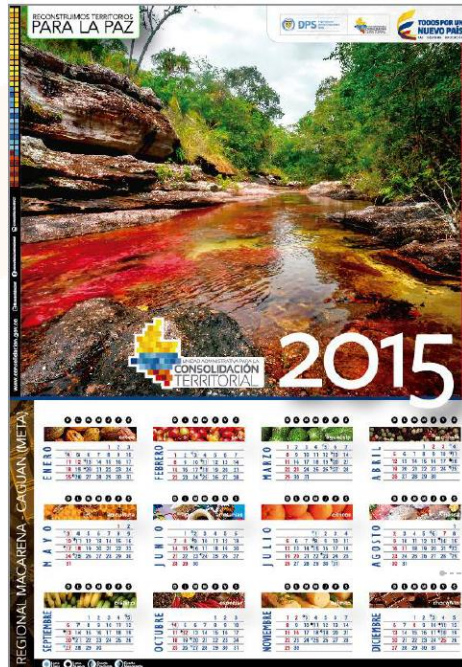
### Camisetas:



### Gorras:



**Afiches calendario:**



**Publicaciones con socios:**



### **3.4 Intervención en campo**

Siempre que exista una intervención en campo, liderada por la Unidad Administrativa para la Consolidación Territorial, es requisito que la imagen de la entidad prevalezca sobre las demás. Por ningún motivo se permite una intervención, sea cual fuere, en la que únicamente se vea el logo del socio o del operador. Para este caso, la UACT dotará con chalecos a sus contratistas y funcionarios que tengan contacto directo con proyectos y comunidades, y los operadores deben incluir el logo de la UACT en sus prendas institucionales para el uso en el marco de los convenios o proyectos en ejecución.

La imagen siempre debe estar acompañada de un discurso inicial donde se explique brevemente la relación existente entre la UACT y los socios estratégicos y donde se resalte el papel protagónico de las comunidades en la reconstrucción de los territorios..

Desde la estrategia de comunicaciones de la entidad, se busca contribuir con la transformación del imaginario colectivo frente a temas como el conflicto armado y la ilegalidad para aportar con la paz y el desarrollo alternativo en las regiones.

### **3.5 El discurso**

La UACT entregará un folleto en el cual explicará la importancia de un único discurso ante comunidades. De esta forma, tanto los directivos como técnicos de los proyectos deben estar en capacidad de explicar a las comunidades el alcance de las obras y de las intervenciones; que obedecen a sus derechos como ciudadanos y a empoderarlos frente al rol activo que tienen en sus comunidades.

Cuando participen otras entidades, operadores y ejecutores, se revisará la pertinencia o no, de ubicar logos, cualquier decisión que se tome al respecto debe estar avalada por las oficinas de comunicaciones de la Unidad Administrativa Especial para la Consolidación Territorial y de sus socios estratégicos.

### 3.6 La imagen en publicaciones

Cuando se trata del manejo de la imagen en publicaciones, folletos y cartillas, debe garantizarse que el uso del logo y los mensajes de estas, no sean alterados respecto de lo establecido en este protocolo de comunicaciones. Siempre predominará la imagen de presencia institucional, de una intervención del Gobierno Nacional como un proceso de la Unidad Administrativa Especial para la Consolidación Territorial.

Las piezas de comunicación podrán incluir logos de entidades públicas (nacionales, departamentales o locales) cuando estas hayan contribuido financiera o técnicamente al proyecto o actividad. Al igual que en el caso anterior, la distribución de los logotipos de las entidades públicas será revisado por las oficinas de comunicaciones de la Unidad para la Consolidación Territorial y de sus socios estratégicos.

Cuando van más de tres entidades del Gobierno, se utiliza el logotipo de Gobierno de Colombia, como lo indica el Manual de Imagen Presidencia: *El ancho del espacio para el co-branding será el mismo ancho que usa el lema de Gobierno, la altura será de 2N de la palabra "nuevo". La separación entre los logos del co-branding y el lema de gobierno será determinada por 1N de la palabra "nuevo".*



En las decisiones acerca del uso de logos de las entidades, pueden y deben tener participación activa los jefes de prensa de las gobernaciones y alcaldías donde interviene la UACT.

En el caso de las piezas de comunicación que no cumplan con los lineamientos de visibilidad propuestos en el presente documento y cuenten con la aprobación del Grupo de Comunicaciones de la entidad, antes de su publicación; la UACT podrá recogerlas y solicitar que salgan de circulación.

### **3.7 Política editorial**

La Política Editorial de contenidos web e impresos, es un instrumento que utiliza Consolidación Territorial para establecer las actividades puntuales de los contenidos noticiosos, informativos, pedagógicos entre otros que produzca la entidad, asociados al procedimiento de comunicación externa. (Ver Política Editorial de Contenidos Web e Impresos).

### **3.8 Aplicación del logo en zonas de violencia**

El logo de la UACT siempre estará presente, incluso en las zonas más complejas. Para este último caso, se hará uso de las líneas de mensaje enmarcadas en la reconstrucción de los territorios, que llamen a la acción y que recalquen por un lado el fin social de la entidad y por el otro, el importante rol que tenemos los colombianos para construir la equidad y la paz en Colombia.

### **39 Boletines de prensa**

Cuando exista un evento o intervención en conjunto, el desarrollo del contenido de los boletines de prensa se coordinará entre las oficinas o grupos de comunicaciones de las entidades participantes. Sin embargo, la UACT siempre podrá difundir la información ante sus bases de datos. Es importante tener en cuenta que los boletines de prensa que desarrollen los socios estratégicos u operadores sobre la entidad deben ser enviados previamente al Grupo de Comunicaciones Estratégicas.

Se definirá la información según acuerdos entre los jefes o delegados de prensa de las dos entidades en la reunión previa al evento o rueda de prensa, y su redacción estará a cargo de cualquiera de las partes. Los boletines siempre llevarán los logos de las instituciones, de acuerdo con los lineamientos de visibilidad establecidos por las partes. La información será enviada a la base de datos de medios de cada entidad y en el formato que cada institución usa para este efecto.

En el caso de las piezas de comunicación que no cumplan con los lineamientos de visibilidad propuestos en el presente documento y cuenten con la aprobación del Grupo de Comunicaciones de la entidad, antes de su publicación; la UACT podrá recogerlas y solicitar que salgan de circulación.

### **3.7 Política editorial**

La Política Editorial de contenidos web e impresos, es un instrumento que utiliza Consolidación Territorial para establecer las actividades puntuales de los contenidos noticiosos, informativos, pedagógicos entre otros que produzca la entidad, asociados al procedimiento de comunicación externa (Ver Política Editorial de Contenidos Web e Impresos).

### **3.8 Aplicación del logo en zonas de violencia**

El logo de la UACT siempre estará presente, incluso en las zonas más complejas. Para este último caso, se hará uso de las líneas de mensaje enmarcadas en la reconstrucción de los territorios, que llamen a la acción y que recalquen por un lado el fin social de la entidad y por el otro, el importante rol que tenemos los colombianos para construir la equidad y la paz en Colombia.

### **3.9 Boletines de prensa**

Cuando exista un evento o intervención en conjunto, el desarrollo del contenido de los boletines de prensa se coordinará entre las oficinas o grupos de comunicaciones de las entidades participantes. Sin embargo, la UACT siempre podrá difundir la información ante sus bases de datos. Es importante tener en cuenta que los boletines de prensa que desarrollen los socios estratégicos u operadores sobre la entidad deben ser enviados previamente al Grupo de Comunicaciones Estratégicas.

Se definirá la información según acuerdos entre los jefes o delegados de prensa de las dos entidades en la reunión previa al evento o rueda de prensa, y su redacción estará a cargo de cualquiera de las partes. Los boletines siempre llevarán los logos de las instituciones, de acuerdo con los lineamientos de visibilidad establecidos por las partes. La información será enviada a la base de datos de medios de cada entidad y en el formato que cada institución usa para este efecto.

### **3.10 Ruedas de prensa**

Las ruedas de prensa sobre información relacionada con varias entidades deben ser coordinadas por los enlaces de comunicación de las mismas. Estas contarán con 3 momentos:

Previo: al momento de hacer una rueda de prensa con la UACT, el primer paso es convocar a una reunión a la que deben asistir los respectivos jefes de prensa y/o asistentes. Allí, serán definidos los objetivos de la rueda prensa, los invitados, la información a divulgar, el protocolo de acuerdo con lo estipulado por el Ministerio de Relaciones Exteriores. Es necesario tener en cuenta el orden de precedencia para los eventos que se lleven a cabo conjuntamente y con otras contrapartes.

Consulte aquí el orden de precedencia:

[http://www.cancilleria.gov.co/ministry/the\\_ministry/protocol/ceremonial/precedence](http://www.cancilleria.gov.co/ministry/the_ministry/protocol/ceremonial/precedence)).

Durante: los únicos voceros oficiales por parte de la Unidad para la Consolidación Territorial, serán el director de la entidad, los directores de programa, los gerentes regionales o la persona que para el efecto delegue el director.

Posterior: una vez finalizada la rueda de prensa se realizarán en conjunto, un boletín o comunicados de prensa que recojan los aspectos más relevantes de la misma.

### **3.11 Etapas de visibilización de procesos**

Con el fin de poder visibilizar el impacto que tienen las obras en las diferentes regiones se propone construir un procedimiento que permita mantener informada a la comunidad y a la opinión pública en general sobre el impacto de la obra/ intervención, los alcances, el rol de las entidades, la aceptación de la comunidad y lo que genera en diferentes ámbitos: sociales, ambientales, económicos, productivos, institucionales, entre otros. Entre las oficinas de comunicaciones se debe crear el proceso, que será impreso y adjunto a este protocolo para su uso y aplicación.



### 3.12 Organización de eventos

En el momento de hacer un evento en conjunto, el primer paso es convocar a una reunión entre las dos partes a la que deben asistir los respectivos jefes de prensa y/o asistentes del evento. Allí, serán definidos los objetivos de la rueda prensa y/o evento, los invitados, la información a divulgar, el protocolo, la logística del evento y serán asignadas las tareas correspondientes a cada institución. El lugar será convenido entre ambas partes, según lo requiera.

En este punto se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

\* **Avanzada:** consiste en coordinar la logística en campo, desde la mesa principal, los actos protocolarios, actividades culturales que se llevarán a cabo en el evento, orientar e informar a la comunidad sobre el objetivo del evento, participantes, de dónde provienen los recursos y el por qué se hace. La avanzada será realizada por los jefes de prensa o delegados en comunicaciones de las entidades.

La avanzada es fundamental para verificar el estado de las obras y proyectos que se van a visitar. Aunque es importante que el director nacional y los directivos de los socios estratégicos conozcan el avance de las obras, se sugiere utilizar otros mecanismos para informar y no llevarlos a zonas donde la intervención es mínima o nula.

La visibilización y posicionamiento de la UACT y la PNCRT en diferentes ámbitos de los niveles local, regional, nacional e internacional conlleva a la realización y/o participación en eventos, visitas, reuniones, ferias y escenarios públicos que requieren de un manejo especial para que el mensaje llegue de la mejor y más eficiente manera a las diferentes audiencias.

- Por lo anterior, es importante que las direcciones, gerencias regionales, socios estratégicos y operadores tengan en cuenta las siguientes consideraciones a la hora de proponer un evento, visita o actividad que requiera de la presencia del **director general**:
- **Impacto de las obras, proyectos o iniciativas que se van a visitar.** Es preferible hacer un solo evento o visita de gran impacto, que hacer muchos recorridos o eventos que no den cuenta de la integralidad de la PNCRT.
- **Reuniones previas con las comunidades** con el fin de escuchar sus necesidades y canalizarlas para que al momento de la visita del director y los directivos, las intervenciones sean efectivas y puntuales, y de esta manera se pueda dar cumplimiento a todos los puntos contemplados en la agenda de la visita.
- Antes de llevar al director general y a los directivos a una región es importante que exista una **avanzada** que se encargue de: hablar previamente con la comunidad que estará presente en el evento (líderes, campesinos, presidentes de JAC y demás, con el fin de conocer el terreno, sus principales puntos a tratar y así direccionar las respuestas, y aclarar el rol del director de la UACT y de los representantes de las entidades.
- Es indispensable tener en cuenta que en los eventos masivos no se permite llevar al director a una reunión en la que se desconozca el tema a tratar.
- Con el fin de atender de manera efectiva, las quejas, reclamos o para orientar a la comunidad, se delega a los gerentes y/o enlaces regionales, quienes las remitirán a la oficina de Enlace Ciudadano de la entidad.
- **Verificación de aspectos de seguridad** para definir los recorridos. Todos los recorridos deben contar con un protocolo de seguridad que delimite la ruta a seguir, el tiempo de duración y la situación existente en cada zona. Esta ruta se debe coordinar con el grupo militar encargado de la UACT.

- **Envío previo de la información** requerida a la oficina de Planeación para que todas las áreas involucradas y el director manejen los mismos datos. Del mismo modo, Comunicaciones y Prensa deben recibir la información en tiempo real, así como los cambios en la agenda para orientar el manejo de imagen y de medios.
- Coordinación de **agenda del director** con la secretaria privada de la UACT, de acuerdo con las agendas de gobernadores y alcaldes; así como de los socios estratégicos para las visitas.
- **Convocatoria** a las comunidades y a los representantes de las fuerzas vivas en el territorio con el fin de que el director pueda reunirse y escucharlos de primera mano, y así mismo pueda llevar el mensaje de la PNCRT a cada uno de los territorios a donde va.

Para la organización y buen desarrollo de los eventos, visitas y demás actividades, recomendamos tener en cuenta lo siguiente:

- Definición de lugar con amplificación de sonido, y al menos un micrófono con base, un micrófono inalámbrico, video beam, portátil con reproductor de DVD, técnico de sonido, atril, espacio para colgar pendones, bases para banderas, mesa principal, manteles, entre otros.
- Presupuesto general del evento (tener en cuenta aspectos como: sillas, carpas (en caso tal que el espacio sea abierto), estación de café, refrigerios, sonido y almuerzos para el evento; así como gastos de viajes, alimentación y hospedaje).
- Reservar hotel para el director que cuente con las condiciones de seguridad requeridas y el vehículo o vehículos que transportarán a las personas que lo acompañen.
- Agenda detallada a partir del arribo al lugar de la visita hasta la salida hacia Bogotá u otro destino del director.

- Protocolo de evento: ubicación en mesa principal e incluso en mesas secundarias. Apertura y cierre del evento, identificación de ponentes y del tiempo de participación. Hay lugares que requieren tarima para medios y salida de audio.
- Protocolo de asistentes: previo al evento se debe entregar un protocolo con el listado de los personajes importantes que asisten al mismo y que deben ser saludados por el director en orden de importancia. Es importante que se delegue a una persona de regiones para que esté pendiente de la llegada de los personajes y para que informe a la persona de Comunicaciones y Prensa que manejará el protocolo de quiénes van llegando. 5 minutos antes de la intervención del director, la persona delegada debe revisar del protocolo y confirmar los nombres de los que efectivamente llegaron o incluso incluir a los que no estaban previstos y llegaron en último momento. Si durante la intervención del director llega algún personaje importante se debe informar inmediatamente a la persona de comunicaciones y prensa presente para que le avise al director.
- Agenda detallada del evento organizada a partir de: saludo, himnos, palabras de delegados de entidades, palabras de participantes, presentaciones y actividad cultural, entre otros.
- Solo aplica para la Unidad para la Consolidación Territorial: carpeta informativa para el director.
- Definir mesa principal, panelistas, conferencistas, traductores y/o expertos. Agradecemos ubicar al Director General en el centro, cuando él sea el personaje principal del evento. Y siempre ubicar detrás de la mesa principal el backing, pendón o valla de la Unidad.
- Ubicar siempre los pendones en los lugares en donde se va a realizar la visita en puntos visibles.
- Solicitar a Comunicaciones de la UACT con por lo menos 15 días de anticipación los habladores y diseño de invitación.

- Contemplar himnos y banderas (Nacional, departamental y municipal), así como la impresión de la letra de los mismos para la mesa principal.

- Cuando los eventos incluyan presentaciones se deben contemplar como mínimo dos pantallas: una para que el público vea la información y otra para la mesa principal.

- Recomendamos no hacer agendas muy extensas para tiempos cortos, con el fin de poder cumplir con los objetivos de las actividades y dejar espacios para la interlocución informal con las comunidades e incluso entrevistas con los medios de comunicación.

**\*Banderas:** se ubicarán juntas por lo general a un costado de la mesa principal, del mismo modo como son ubicados los logos. La bandera de Colombia a la derecha y la bandera de socios estratégicos a la izquierda.

**\*Invitados:** de acuerdo con la lista confirmada de invitados que se tenga prevista para llevar a cabo el evento, se sugiere que el anfitrión del evento esté ubicado en el centro de la mesa principal y sea él mismo quien cierre el evento; los demás invitados y que hayan sido designados para estar en la mesa se ubicarán según decisión del coordinador y de acuerdo con su orden jerárquico. Pueden ubicarse mesas principales bajo el esquema VIP cuando existan personajes muy importantes.

**\*Invitaciones:** serán diseñadas por los delegados de Comunicaciones de la UACT, de los socios, operadores o por la persona que para el efecto se contrate. Antes de imprimir las artes deben tener el visto bueno de la UACT.

**\*Escarapelas/Certificados:** según el tamaño de las escarapelas se distribuirán los logos de la misma manera que en los pendones y demás piezas visuales. En la parte superior o inferior según la necesidad. Se pueden usar colores de acuerdo con los que usan oficialmente las instituciones involucradas.

### **3.13 Pendones**

Siempre se debe respetar la ubicación de los logos que señala el presente protocolo. En casos en los que el título del evento implique poner los logos en la parte inferior, irán de la misma manera.

Siempre que se utilice el logo de la UACT en cualquier pieza visual, el Grupo de Comunicaciones Estratégicas debe dar visto bueno a los artes finales, antes de la publicación. Cuando existan varios logos estos se ubicarán en el extremo inferior en menor tamaño. Aunque se sugiere evitar que esto suceda para no confundir a la población.

### **3.14 Relacionamiento con medios y prensa**

La UACT cuenta con una Coordinación de Comunicaciones Estratégicas y asesores de la Dirección General que orientan la información dirigida a medios de comunicación y periodistas. Asimismo, se han definido unos voceros oficiales y validadores de la Política Nacional de Consolidación y Reconstrucción Territorial (PNCRT) para la audiencia internacional, nacional y local, de la siguiente manera:

### **3.15 Voceros**

#### **INTERNACIONALES**

Presidente de la República, Vicepresidente de la República, Alto Asesor Presidencial para la Seguridad Nacional, Director del DPS, Director General de la UACT, Ministra de Relaciones Exteriores y Embajadores de Colombia en el Exterior.

#### **NACIONALES**

Primer nivel: Presidente de la República; Alto Asesor para la Seguridad Nacional; Director del Departamento Administrativo para la Prosperidad Social (DPS); Director General de la UACT o la persona que delegue.

Segundo nivel: Ministros y Viceministros, Altos Consejeros.

## **Voceros locales**

Gerentes regionales de la UACT o quien haga su función, y alcaldes de los municipios en Consolidación.

Consecuentes con la Política Nacional de Consolidación y Reconstrucción Territorial y la promoción del empoderamiento de las comunidades, la vocería local de los proyectos y actividades, en caso de ausencia del vocero oficial y del alcalde, estará en manos de la comunidad, a través de los presidentes de las JAC, los directivos de asociaciones y /o gestores de los proyectos.

Por ningún motivo, un funcionario de la Unidad o de sus Programas, tomará la vocería.

## **3.16 Validadores**

### **NACIONALES**

Gerentes y directores de entidades estatales de orden nacional, académicos, medios de comunicación y generadores de opinión.

### **LOCALES**

Las comunidades son los principales validadores de la PNCRT, Gobernadores y alcaldes municipales; gerentes de entidades estatales de orden regional; comandantes militares; presidentes de juntas de acción comunal, directores de casas de la cultura, directivos de asociaciones comunitarias y productivas de los municipios entre otros.

## **4. PROCEDIMIENTO DE DIFUSIÓN DEL PROTOCOLO**

Tanto la Unidad Administrativa Especial para la Consolidación Territorial como sus socios estratégicos y operadores se encargarán de coordinar la socialización del contenido y alcance de este protocolo al interior de sus respectivos programas y con sus operadores.

De igual manera, este documento se puede consultar en el siguiente link de la página web de la entidad:

<http://www.consolidacion.gov.co/?q=content/publicaciones>