

Manual de estilo para publicación en medios oficiales

Dirección de Comunicaciones

Empresas Públicas de Armenia ESP

- 1. Introducción**
- 2. Objetivo**
- 3. Alcance**
- 4. Términos y definiciones**
- 5. Medios de comunicación internos**
 - a. WhatsApp**
 - b. Boletín Interno**
 - c. Capacitaciones**
- 6. Medios de comunicación externos**
 - a. Boletín de prensa**
 - b. Portal Web institucional**
 - c. Redes sociales**
 - d. Entrevista**
 - e. Declaración**
 - f. Rueda de Medios**
 - g. Rueda de Prensa**

INTRODUCCIÓN

Empresas Públicas de Armenia como una Institución Industrial y Comercial del Estado del orden municipal, se encuentra enmarcada dentro del sector servicios públicos domiciliarios, motivo por el cual la gestión de la comunicación interna, externa y digital debe obedecer a un manual de difusión, enlazado con el manual de imagen corporativa gestionado desde la Dirección de Comunicaciones de la empresa.

La importancia de lo anterior es precisamente construir una cultura de transparencia de la información, invitando a los funcionarios a un manejo bidireccional de la comunicación.

De igual forma, servir de puente para mantener informados a los órganos de control, a las veedurías ciudadanas y a la comunidad en general, a través de una difusión a estos grupos de interés, fortaleciendo de esta forma el quehacer institucional y la toma de decisiones al interior de la empresa.

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante la construcción de un manual de estilo de publicación de la información que permita estandarizar el proceso y disponer la información con el uso de protocolos y herramientas de comunicación.

A continuación, se presenta entonces el **Manual de estilo para publicación en Medios de Comunicación Interna y Externa de Empresas Públicas de Armenia ESP**, el cual contiene las diferentes formas de utilizar los distintos canales de comunicación para divulgar la información y cómo acceder a ellos.

1. OBJETIVOS

Establecer una guía para el buen uso y estilo de los medios de Comunicación de **Empresas Públicas de Armenia**, determinando la responsabilidad de la **Dirección de Comunicaciones**, en la administración, manejo y control de medios de comunicación de la ciudad.

2. ALCANCE

El alcance de este manual aplica para el público interno (funcionarios, contratistas, pasantes) y externo (medios de comunicación, usuarios, entes de control, veedurías) de **Empresas Públicas de Armenia ESP**

3. DEFINICIONES

- a. **Comunicación:** Es la acción de intercambiar información, entre dos personas (emisor – receptor), con el fin de dar o recibir un mensaje específico
- b. **Emisor:** es la fuente generadora del mensaje
- c. **Receptor:** es el agente que recibe el mensaje del emisor
- d. **Información:** son los datos que constituyen un mensaje
- e. **Canal de Comunicación:** es el medio a través del cual se emite un mensaje entre emisor y receptor.
- f. **Usuarios o grupos de interés:** se refiere a las partes interesadas, entre las cuales se da un flujo de información
- g. **Comunicación interna:** es el conjunto de datos originados desde una entidad o institución para ser difundidos al interior de la misma, entre sus colaboradores, permitiendo una identificación precisa de los objetivos, estrategias, planes, programas y proyectos, que fortalecen la misionalidad de la misma.
- h. **Comunicación externa:** Son los datos que son generados desde la entidad hacia personas externas, especialmente medios de comunicación y se constituyen en los canales directos con la ciudadanía y su entorno. El objetivo de una buena comunicación externa es fortalecer y posicionar la imagen institucional, consiguiendo un alto nivel de reconocimiento
- i. **Boletín de Prensa:** es un documento de interés periodístico dirigido a los medios de comunicación, que obedece a un lenguaje y a unos principios de los medios como claridad, brevedad, precisión, sencillez, interés y fluidez
- j. **WhatsApp:** aplicación que permite enviar y recibir mensajes instantáneos a través de un teléfono móvil (celular)
- k. **Capacitación:** actividades realizadas al interior de una organización, que responde a las necesidades específicas del personal y que buscan mejoramiento continuo de los mismos.
- l. **Portal Web.** Es una plataforma que busca facilitar el acceso a la información institucional por parte de los usuarios externos
- m. **Redes Sociales:** Estructura social digital compuesta por un conjunto de usuarios que se relacionan entre sí de acuerdo con sus gustos y preferencias
- n. **Entrevista:** reunión entre un periodista y un invitado basada en preguntas o afirmaciones al entrevistado. Algunas veces se realiza formalmente (pregunta – respuesta), otras veces tipo conversación, el enfoque depende del periodista
- o. **Declaraciones:** es un anuncio a través del cual se informa algo públicamente

- p. **Rueda de medios:** es el recorrido que se realiza desde la entidad, con alguno de los funcionarios, por los diferentes medios de comunicación, con el fin de obtener espacios (free press) para hablar temas específicos
- q. **Rueda de prensa:** es un acto informativo convocado desde la entidad, con los medios de comunicación para informar sobre un tema particular.

4. MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNOS

La comunicación interna es la herramienta que utilizan las empresas para tener contacto con su cliente interno (funcionarios) y es muy importante en la medida en que se use para motivarlo, fortaleciendo un clima organizacional interno, que se verá reflejado en los resultados empresariales.

En el caso de **Empresas Públicas de Armenia**, que es una empresa Industrial y Comercial del Estado, del sector de servicios públicos domiciliarios, el fortalecimiento de este canal interno permite establecer un vínculo bidireccional (empresa – empleado) para expresar, defender y promover las actividades de las entidades.

Los canales que actualmente dependen de la **Dirección de Comunicaciones de Empresas Públicas de Armenia** son:

4.1. WhatsApp: Actualmente se cuenta con cuatro (4) listas de difusión a través de WhatsApp de todo el personal de **EPA ESP** (alrededor de 550 personas), mediante la línea de comunicaciones **3108478149**, con el fin de compartir **SÓLO** información emitida desde la **Dirección de Comunicaciones** y mantener al público interno enterado de lo que sucede en la entidad y convertirlos en multiplicadores de esta información en sus diferentes entornos.

Es así como periódicamente se les envía las noticias, convocatorias, felicitaciones, que se producen a modo de información desde **Comunicaciones de EPA**.

De igual forma, este canal permite también construir un lazo informativo con el público interno en la medida que cada uno de ellos puede ser una fuente de información de lo que sucede en los diferentes procesos.

Es importante tener en cuenta que cada lista de difusión se regulará por la pauta de comportamiento y se evitarán mensajes negativos, memes, cadenas o fotografías de índole personal (para eso están los mensajes directos), entre otros.

4.2. Boletín Interno: Esta herramienta permite destacar las principales noticias de cada uno de los procesos de **Empresas Públicas de Armenia**, con información solo de interés interno y se convierte en un elemento fundamental porque permite acercar los procesos entre sí y destacar elementos emotivos de los funcionarios al brindárseles la importancia y relevancia que se merecen. El formato que se está usando actualmente de este Boletín interno es un folleto de 6 caras, con secciones como el Editorial a cargo del gerente, Genialidades Epa, que destaca funcionarios o sus hijos con reconocimiento en alguna área específica; en EPA se dice que, que es la sección de entretenimiento; entre otras secciones.

4.3. Capacitaciones: Una de las herramientas más importantes para mantener una buena comunicación interna, son las capacitaciones. Teniendo en cuenta que cada individuo es un sujeto de comunicación desde que nace y ésta es transversal a toda su vida. De allí la importancia de que en la medida de lo posible se capacite a cada uno de ellos en este tema, como mínimo dos veces en el año.

4.4. Intraepa: Plataforma interna de Empresas Públicas de Armenia que le permite la publicación de información y gestión documental.

Para ello, la **Dirección de Comunicaciones de Empresas públicas de Armenia**, realizará dos convocatorias en el año, trabajando de la mano con la **Gestión de Talento Humano** de la entidad, responsable de darle cumplimiento al Plan Institucional de capacitación, definido en el Decreto 1567 de 2008.

Dicha capacitación se realizará en los diferentes procesos para capacitar al personal en temas como: comunicación efectiva, comunicación asertiva, protocolo empresarial, servicio al cliente, entre otros, fortaleciendo cada vez más estos parámetros en el público interno.

5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EXTERNOS. Por su naturaleza pública, **Empresas Públicas de Armenia ESP**, debe mantener los canales de comunicación con la comunidad suficientemente fortalecidos. Para esto, anualmente construye el **Plan de Comunicación Institucional**, al que se le debe hacer seguimiento trimestralmente.

Para optimizar esta comunicación, la **Dirección de Comunicaciones** cuenta con varios canales, a través de los cuales la comunidad en general permanece informada de las diferentes actividades que se realizan desde la misma.

- Pagina web
- Correo Institucional
- Suscriptores
- Fan Page
- Instagram
- Twitter
- Youtube
- Boletín de Prensa
- Medios radiales

5.1. Boletín de Prensa: es la herramienta que permite la difusión de la información institucional a los medios de comunicación de la ciudad, con noticias de cada uno de los procesos, permitiendo mayor confiabilidad y seguridad por parte de los usuarios.

Anualmente se tienen definidos en el **Plan de Comunicaciones de EPA ESP**, alrededor de 170 boletines, lo que implica el envío de información cada dos días como mínimo.

Para su entrega efectiva y oportuna la **Dirección de Comunicaciones de Empresas Públicas de Armenia**, hace uso de la plataforma mailchimp para envío masivo de correos inscritos previamente. Normalmente allí se encuentra una base de datos de periodistas, entes de control y comunidad en general, interesada en recibir la información de la empresa.

De igual forma, se envían los boletines de prensa a los diferentes chats de WhatsApp de los periodistas, que se han convertido en el canal más oportuno de difusión entre los medios, a los cuales se debe estar inscrito o hacerse inscribir.

También se cuenta con la difusión del Boletín a través de la Oficina de Comunicaciones de la Alcaldía de Armenia, la cual incluye en su boletín diario la información enviada desde la empresa.

Esta información es publicada igualmente en el portal web www.epa.gov.co a la cual puede acceder cualquier ciudadano.

Crterios de selección de una noticia:

- **Novedad:** hecho excepcional que se sale de la rutina cotidiana y que debe ser transmitido y difundido en el menor tiempo posible:
 - Las suspensiones preventivas y no preventivas.

- Emergencias en cualquier proceso que requieran la difusión inmediata de la información
- **Magnitud:** está determinada por la importancia cualitativa y cuantitativa de un hecho, es decir, que depende de las consecuencias o efectos que conlleva o por el número de personas afectadas o beneficiadas.
 - Proyectos de Inversiones
 - Ejecuciones interinstitucionales
 - Fallos judiciales o de entes de control
 - Emergencias
- **Proximidad:** la cercanía (geográfica, social, psicológica) de un hecho determina su importancia.
 - Evento
 - Actividad
 - Rueda de prensa
- **Conflicto o Crisis:** los eventos negativos normalmente despiertan el interés de toda la comunidad y de los medios de comunicación específicamente. **La Dirección de Comunicaciones de EPA** redactó el **manual de gestión de la información y la comunicación en emergencias (DCM-D-002)** con el fin de estandarizar el protocolo para el manejo de la comunicación durante una crisis, cualquiera que sea su condición.
 - Contaminación
 - Suspensiones prolongadas del servicio de acueducto
 - Muerte de funcionarios
 - Escándalos
- **Suspense:** Acontecimientos que mantienen vivo el interés del público y de las cuales se debe estar entregando información permanentemente
 - Emergencias
 - Fallos judiciales
- **Interés humano.** Es importante apelar a la emotividad de los lectores, por esto prioritario contar historias de vida de los diferentes protagonistas que existen al interior de la empresa, humanizándola y despertando la sensibilidad de la opinión por su impacto emocional.
 - Crónicas de vida
 - Reportajes
 - Informes especiales

- **Valor educativo:** Divulgación de acontecimientos que aportan la construcción de capacidades para el público externo e interno.
 - Capacitaciones realizadas desde Gestión del Talento Humano
 - Capacitaciones realizadas desde Gestión Social
 - Capacitaciones realizadas desde Gestión Control Pérdidas

Mandamientos de los Boletines de Prensa

1. Estar seguro de que se aporta valor con la difusión del evento, es fundamental que sea noticioso, relevante, claro y sencillo para quien lo lee
2. Los titulares deben enganchar al lector, para esto debe ser creativo y directo. No debe superar las tres líneas. Debe ir en fuente grande y con negrilla
3. Debe contener un Lead (texto ubicado entre el titular y el cuerpo de la noticia) es complementario al título y contiene la información más importante del comunicado. Fuente: 12 y en cursiva
4. Deberá contener una fotografía inicial que resuma y le de valor noticioso al boletín.
5. Deberá dar respuesta a las preguntas básicas a lo largo de la redacción del boletín: qué, quién cómo, cuándo, dónde, por qué y para qué. El cuerpo del boletín irá en fuente Arial 12.
6. En la medida de lo posible, el Boletín debe contener cifras y estadísticas que son las que le proporcionan la importancia noticiosa.
7. Igualmente, debe contener citas de voceros responsables de la información técnicamente. Las citas deberán ir entre comillas, en letra cursiva y con el nombre y el cargo del responsable de la atribución
8. El boletín debe ir con línea gráfica institucional, conteniendo información de la Dirección de Comunicaciones para darle mayor credibilidad a la misma.
9. Para compartir el Boletín de Prensa en los grupos de WhatsApp se enviará una fotografía del mismo. Es importante destacar que anteriormente se enviaba el Boletín en formato PDF, pero no se volvió a hacer teniendo en cuenta las falsas noticias que se generaron durante la emergencia, en las cuales a la vez se plagió la línea gráfica de EPA ESP, para generar mensajes de alarma entre la comunidad

Protocolo de Publicación

- Cada proceso envía la información a la Dirección de comunicaciones
- El Periodista realiza entrevista de audio o video (según sea la necesidad) con el fin de recolectar la información específica, con la persona designada
- El periodista redacta el Boletín y lo envía al técnico para su revisión y aprobación
- El periodista guarda la evidencia de la aprobación, con el fin de que la responsabilidad de la veracidad de la información recaiga en una persona

- El líder de la Dirección de Comunicaciones realiza la corrección de estilo final y aprueba la publicación
- Se envía el Boletín de prensa al correo de la oficina de comunicaciones de la alcaldía: alcaldia@gmail.com acompañado de las fotografías (resolución mínima 640 x 480) y entrevista (en caso de que haya) en formato MP3
- Se envía el Boletín a los correos masivos a través de mailchimp
- Se envía el boletín de prensa a grupos de WhatsApp

5.2. Portal Web Institucional: Empresas Públicas de Armenia cuenta con el portal web www.epa.gov.co, dando cumplimiento al Ley 1712 de 6 de marzo de 2014, que busca la transparencia en la información

Se encuentra dividido en nueve pestañas (Inicio, Institucional, Nosotros, Presupuesto, Planeación, Control, contratación, servicios AAA y atención a la ciudadanía) a través de las cuales cualquier persona puede navegar para conocer información pública relevante de la empresa.

Si bien las publicaciones en el portal son administradas desde la **Dirección de Comunicaciones**, es importante tener en cuenta que son los diferentes procesos los encargados de enviar la información oportunamente para su respectiva actualización, de acuerdo con los términos de ley. De igual forma, hacer el seguimiento respectivo de la publicación.

Protocolo para publicación de información:

- El proceso que necesite publicar alguna información, deberá hacerla llegar 48 horas antes a la Dirección de Comunicaciones, con el fin de contar con el tiempo y espacio necesario para hacerla.

En caso de publicaciones de último momento, el líder del proceso deberá enviar por escrito la causa de la emergencia y solicitar su publicación de último momento.

Después de recibir la información, la Dirección de Comunicaciones tendrá 24 horas para realizar la respectiva publicación y el seguimiento deberá hacerlo el líder del proceso solicitante

- Cuando las publicaciones contengan imágenes, éstas deberán ser enviadas en formato JPG (no se aceptan en Word, excel, power point) tamaño mínimo 640 x 480.

Si la imagen no es propia de EPA ESP, deberá remitir la autorización para su respectiva publicación.

Si la imagen es de personas, deberá contar con la respectiva autorización para uso de imagen

5.3. Redes Sociales. Las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube) que contengan la marca **EPA ESP**, funcionan como un canal institucional a través del cual se publican imágenes, videos, noticias, foto noticias, entre otros.

Es por esto que los contenidos deben ser manejados con los criterios de cualquier medio institucional, respondiendo a los principios de claridad, veracidad y transparencia en la información.

- **Facebook:** La dirección de la Fan Page de **Empresas Públicas de Armenia** es **EPA.ARMENIA** y el Facebook de la entidad es **EPA ESP**.

Si bien solamente se encuentran autorizados los miembros de la **Dirección de Comunicaciones** para realizar publicaciones, el administrador de la Fan Page es Técnico Administrativo II. Los demás integrantes se encuentran autorizados sólo como editores de la misma.

En el momento en que uno de los miembros del equipo es retirado de la empresa, es responsabilidad del administrador eliminarlo y realizar el cambio de las contraseñas, con el fin de mantener la seguridad de la información de la Fan Page.

La información allí consignada es de interés de la comunidad en general, no se hacen publicaciones de actividades netamente internas

- **Twitter:** dirección **@EPAESP**. Esta red se usa para informar a la comunidad sobre eventos específicos como las suspensiones.
- **Instagram:** **@epa_armenia**. Es una red social que de acuerdo con el criterio de la **Dirección de Comunicaciones**, es utilizada para comunicar sensaciones, sentimientos y postales que aluden a la parte emotiva y humana de la Empresa.
- **Youtube. ComunicacionesEPA.** Es el canal de video de **Empresas Públicas de Armenia**. Allí se publican todos los audiovisuales que realiza la Dirección de Comunicaciones. Se manejan los siguientes formatos en video:
 - Crónica
 - Noticia

- Entrevista

5.4. **Entrevista:** es una conversación que un periodista mantiene con una persona en estudio o por fuera, basada en una serie de preguntas planteadas por el entrevistador y sobre las que la persona entrevistada da su respuesta o su opinión.

En dicho encuentro es preferible que siempre se encuentre el **Director de Comunicaciones**, con el fin de matizar la información que se pregunta, sobre todo si se tiene en cuenta que el rol del entrevistador varía de acuerdo con el contexto (social, político, económico, de interés particular).

De acuerdo con lo anterior, desde la **Dirección de Comunicaciones** se debe entregar un perfil del entrevistador a la persona que vaya a representar la empresa en el encuentro.

- *Entrevista abierta:* las preguntas son de amplia interpretación y sirven para que reflexione
- *Entrevista semi abierta:* es una combinación de la técnica anterior y de preguntas más concretas
- *Entrevista cerrada:* se compone de un cuestionario con preguntas concretas que no dan pie a interpretaciones, ni improvisaciones
- *Entrevista de opinión:* son espacios netamente para que el entrevistado exprese su opinión sobre un tema específico
- *Entrevista de noticia:* es una entrevista para hablar sobre un tema específico
- *Entrevista de personalidad:* se realiza para ampliar más sobre el perfil de la persona como tal.

5.5. **Declaración:** Las declaraciones se realizan cuando la entidad se encuentra en el centro de la noticia.

El responsable de todas las declaraciones deberá ser el gerente o quien éste designe, teniendo en cuenta la pertinencia del mensaje, el grado de especialidad que requiera y la oportunidad de la acción.

Para la aplicación de este manual, es importante conocer el tipo de contenidos que pueden producir las dependencias de la Entidad, la periodicidad con que se publican y cada uno de

los responsables encargados de aprobar, supervisar y publicar contenidos.

- *Contenidos noticiosos*: publicación diaria, cuya finalidad es garantizar el derecho que tiene todo ciudadano a mantenerse informado sobre las actividades de **EPA ESP**. A través de este tipo de contenido se difunde la gestión de las diferentes dependencias
- *Textos para intervenciones públicas del gerente*: Hace referencia a los discursos y/o comunicados elaborados para el gerente de acuerdo con el tema y en el momento que se requiera.
- *Campañas de comunicación*: Hace referencia a una estrategia de comunicación creativa que se genera a partir de piezas publicitarias tales como afiches, volantes, cuñas de radio, cuñas televisivas, entre otras; cuya finalidad es enviar mensajes de fácil recordación.

- 5.6. **Rueda de Medios.** Es el recorrido programado que se realiza con el gerente de la entidad o quien él designe, con el fin de tratar un tema específico en el que se desee hacer énfasis. Preferiblemente debe ir acompañado por el Director de Comunicaciones, quien es el encargado de establecer las relaciones públicas de la empresa.

La extensión de la visita al medio de comunicación dependerá del espacio que proporcione el mismo

Para esta visita es importante llevar clara la información que se difundirá y estar preparado para las llamadas en vivo, que se convierten en el “plus” del Free Press.

Es la mejor forma de obtener posicionamiento institucional sin pagar un solo peso.

- 5.7. **Rueda de Prensa.** Durante la Rueda de Prensa se convoca a los medios de comunicación a una hora y sitio específico, con el fin de entregar una información de carácter especial. La metodología para realizar la rueda de prensa es:
- Saludo a cargo de la Dirección de Comunicaciones y presentación de los técnicos encargados de entregar la información
 - Entrega de la información. La idea es que sea corta y concisa, teniendo en cuenta el tiempo de los medios de comunicación

- Sesión de preguntas. Se da paso a máximo 5 preguntas por parte de los medios
- Entrevista grupal. Al terminar la rueda de prensa algunos medios de comunicación realizan una entrevista grupal con el vocero. Otros deciden realizarla individualmente, la decisión depende de cada medio.

Protocolo para publicación de información Intraepa

La oficina de comunicaciones presta un servicio de apoyo en la publicación de circulares, convocatorias, noticias etc en el pantallazo de inicio de la Intranet.

- Los documentos para publicar deben ser enviados como .pdf o jpg al correo acomunicaciones@epa.gov.co.
- Los documentos que sobrepasen los 30mb deben entregarse con anterioridad (2 o 3 horas) para adaptarles el tamaño.
- Los documentos para publicar como circulares, convocatorias se publican hasta las 5 pm de lunes a viernes, esto con el fin de prever posibles fallos o en el sistema o la nube.
- Los documentos para publicar deben tener membrete y la firma del responsable.