

POLÍTICA DE COMUNICACIONES

**INSTITUTO DE CULTURA
Y TURISMO DE BOLÍVAR**



**Bolívar
primero**

Introducción
Objetivo
Alcance
Plan de Acción
Diagrama Política de Comunicaciones ICULTUR

CONTENIDO

Oficina de Comunicaciones ICULTUR

La información pública se traduce en transparencia. Una entidad como ICULTUR que informa de manera suficiente, oportuna, veraz y recoge las demandas informativas de los ciudadanos y ciudadanas, es una institución creíble y consolida la confianza de los ciudadanos a su Institución

Esta Política de Comunicaciones del Instituto de Cultura y Turismo ICULTUR, establece las pautas para la construcción de una identidad de gestión clara, coherente y controlada de cara al ciudadano.

La política que contempla este documento y se expresará en un grupo de estrategias con planes de acción diseñados para el efecto y trabajará en distintos campos de la comunicación.



INTRODUCCIÓN

Esta Política de Comunicaciones del Instituto de Cultura y Turismo ICULTUR establece lineamientos para que se implemente y se ejecute la comunicación interna y externa con el fin de garantizar la divulgación, difusión y promoción de información de carácter institucional a los grupos de interés relacionados con la cultura y el turismo del departamento de Bolívar.

El conjunto de mensajes que ICULTUR proyecta a sus públicos objetivos enmarcados en la cultura y turismo del departamento de Bolívar debe manejarse de forma dinámica, planificada a fin de dar a conocer su Misión y Visión, y lograr establecer empatía con los ciudadanos.

Esta Política de Comunicaciones además de planificada y dinámica debe ser concreta constituyéndose en una herramienta de dirección y orientación sinérgica basada en una retroalimentación constante. Por esta razón la Política de Comunicaciones de ICULTUR está fundamentada como eje transversal a los Módulos de Control del Modelo MECI y con su implementación se espera mejorar la transparencia frente a la ciudadanía por medio del suministro de información de carácter público oportuno y veraz tanto a colaboradores como a la ciudadanía en general.



OBJETIVO

Normalizar los lineamientos y directrices que rigen la comunicación pública del Instituto de Cultura y Turismo ICULTUR, con el fin de generar un adecuado flujo de información entre usuarios, ciudadanos y colaboradores, consolidando una excelente percepción de sus servicios y de las acciones de que se emprendan, elevando los niveles de transparencia institucional.



ALCANCE

Esta política de comunicaciones de ICULTUR se constituye en un eje transversal del Modelo Estándar de Control Interno MECI que apoya la construcción de una visión compartida, el perfeccionamiento de las relaciones humanas de la entidad con sus grupos de interés internos y externos, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales en concordancia con lo establecido en el artículo 32 de la Ley 489 de 1998.

El alcance se establece teniendo en cuenta el Mapa de Procesos del Instituto de Cultura y Turismo ICULTUR, donde se establece el carácter estratégico de todas las acciones a comunicar.

PLAN DE ACCIÓN POLÍTICA DE COMUNICACIONES ICULTUR

1.

Asegura el desarrollo de una estrategia de comunicación y protocolos que garanticen la implementación de la presente política, de acuerdo con sus particularidades.

Responsable: Oficina de Prensa Comunicaciones

2.

Interactúa con sus grupos de interés enmarcados en los gestores culturales, colaboradores, operadores turísticos y ciudadanía en general de una forma responsable, en concordancia con el direccionamiento estratégico de comunicación y teniendo en cuenta las especificidades y contexto de cada uno de ellos.

Responsables: funcionarios, servidores y colaboradores en general.

3.

Establece en toda estrategia y planes de comunicación mensajes alineados con los objetivos estratégicos, que se hacen extensivos a los diferentes grupos de interés.

Responsable: Oficina de Prensa y Comunicaciones

4.

Estimula el diálogo y la participación activa y positiva que sea pertinente con las comunidades, las autoridades estatales, aliados, gestores culturales, operadores turísticos, , gremios y demás grupos de interés.

Responsable: funcionarios, servidores y ciudadanía en general.

5.

Hace uso responsable de la información institucional respetando las medidas de protección de la información.
Responsable: Oficina de Prensa y Comunicaciones.

6.

Asegura que la comunicación sea descendente, ascendente, horizontal, participativa, dialogante, evolutiva y flexible, clara y precisa, inmediata, permanente y coordinada.

Responsable: Oficina de Prensa y Comunicaciones.

7.

Fomenta una actitud transparente y amable como elemento fundamental de cultura comunicativa, teniendo como referente la dignidad de las personas.

Responsable: Funcionarios y servidores en General

8.

Respetar la libertad de prensa y de opinión de acuerdo con los principios constitucionales establecidos en la Constitución Nacional.

Responsable: Oficina de Prensa y Comunicaciones, Funcionarios y servidores en General.

9.

Adopta un Manual para la administración de las situaciones de crisis con base en los principios del Instituto de Cultura y Turismo ICULTUR.

Responsable: Oficina de Prensa y Comunicaciones

10.

Adopta y promueve el uso de nuevas tecnologías de la información y comunicación, buscando la generación de sinergias entre los ciudadanos y el Instituto de Cultura y Turismo ICULTUR.

Responsable: Oficina de Prensa y Comunicaciones

11.

Identifica a la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones del Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar como responsable de formular y hacer cumplir la política de Comunicación y todos los procesos, procedimientos y protocolos que de ella se derivan.

12.

Aporta al posicionamiento y reputación del Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar ICULTUR.

POLÍTICA DE COMUNICACIONES ICULTUR

DIAGRAMA POLÍTICA DE COMUNICACIONES ICULTUR

COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA ICULTUR

ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS

EVENTOS ESTRATEGICOS

COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS



Bolívar
primero



COMUNICACIÓN INTERNA

COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna, como su nombre lo indica es una herramienta que facilita la difusión de los mensajes al interior del Instituto de Cultura y Turismo ICULTUR, con los cuales cada área busca su desarrollo y al mismo tiempo lograr a través de acciones estratégicas la consecución de los logros establecidos en la misión y visión del Instituto sumado a los objetivos corporativos de la Gobernación de Bolívar.

De esta manera, se busca entre cada dependencia el desarrollo de una visión común, incrementar el sentido de pertenencia y compromiso de cada funcionario creando espacios para la información, creatividad, participación y opinión.

Los mecanismos de comunicación interna al servicio de nuestros usuarios son impresos, audiovisuales, digitales, publicitarios y mediáticos. Para llevar a cabo este Plan de Comunicaciones del Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar ICULTUR, el equipo de Comunicaciones contará con los siguientes canales de comunicación interna, siguiendo el lineamiento de la Política de Comunicaciones de la Gobernación de Bolívar:

Banner

Protectores de pantalla en los Computadores institucionales que tienen a su servicio todos los funcionarios de planta. A través de protectores de pantalla que aparecen al momento de encender y manipular el equipo, se comunican eventos, actividades y noticias de interés para los funcionarios y servidores de la Gobernación de Bolívar.

POLÍTICA DE COMUNICACIONES ICULTUR

Televisores

En las pantallas de los televisores habrá una proyección permanente de contenidos de interés para la comunidad interna y visitante de la Gobernación de Bolívar e ICULTUR en los que se comunican actividades, eventos, Festivales, información de trámites y servicios y noticias de interés.

Quién comunica:

Área de comunicaciones de la Gobernación de Bolívar e ICULTUR.

Qué se comunica:

Eventos, actividades, Festivales, Convocatorias y noticias de interés para los funcionarios de la Gobernación de Bolívar e ICULTUR.

A quienes:

A todos los funcionarios de ICULTUR, la Gobernación de Bolívar y público en general.

Quién comunica:

Área de comunicaciones de la Gobernación de Bolívar e ICULTUR.

Qué se comunica:

Eventos, actividades, Festivales, Convocatorias y noticias de interés para los funcionarios de la Gobernación de Bolívar e ICULTUR.

Cuando se comunica:

Periódicamente o de manera extraordinaria cualquier día de la semana si las circunstancias lo ameritan.

Realización y proyección de videos institucionales

Estos productos audiovisuales serán informativos de los avances y actividades del Gobierno y de ICUTUR de forma periódica. Cada mes o de manera extraordinaria se así se requiere se realiza un trabajo audiovisual en el que se describen los logros y actividades del Gobierno de Bolívar y se proyectan interna y externamente en los canales dispuestos para tal fin.

Quién comunica: Área de comunicaciones de la Gobernación de Bolívar e ICULTUR.

Qué se comunica:

Avances y los principales logros del Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar, ICULTUR.

Cuando se comunica:

Periódicamente o de manera extraordinaria cualquier día de la semana si las circunstancias lo ameritan.

Medio o canal:

Videos Institucionales

A quienes:

A todos los funcionarios de ICULTUR, la Gobernación de Bolívar y comunidad bolivareense en general.

Programa Institucional de Tv de la Gobernación de Bolívar

Se emite en el canal regional de Tv TELECARIBE y en el Canal local de Tv con cobertura en toda la Región Caribe colombiana. En este programa se comparte toda la información institucional, historias, personajes, eventos y noticias de interés para toda la comunidad bolivareense

Quién comunica:

Área de comunicaciones de la Gobernación de Bolívar e ICULTUR.

Qué se comunica:

Información institucional, historias, personajes, eventos, Festivales y noticias de interés para toda la comunidad bolivareense.

Medio o canal:

Programa Institucional en medio de comunicación regional y local.

A quienes:

A todos los funcionarios de ICULTUR, la Gobernación de Bolívar y comunidad bolivareense en general.

Boletín impreso

Se realizará para Carteleros y lugares de exposición, atención al ciudadano donde se resumen las acciones más importantes del Gobierno. Esta edición se hace mensualmente y se reparte impresos en la comunidad interna, Alcaldías municipales y comunidad externa usuaria de servicios en Gobernación de Bolívar.

Quién comunica:

Área de comunicaciones de la Gobernación de Bolívar e ICULTUR.

Qué se comunica:

Avances y los principales logros del Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar, ICULTUR.

Cuando se comunica:

Periódicamente o de manera extraordinaria cualquier día de la semana si las circunstancias lo ameritan.

Medio o canal:

Boletines impresos.

A quienes:

A todos los funcionarios de ICULTUR, la Gobernación de Bolívar y comunidad bolivarense en general.

Mensajería de WhatsApp

A través de la red social WhatsApp se manejará la comunicación instantánea entre los distintos funcionarios del Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar ICULTUR. Se crearán grupos cuyas temáticas y contenidos tendrán que ver con la finalidad del Instituto.

Quién comunica:

Todos los funcionarios que integran el Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar.

Qué se comunica:

Procesos, convocatorias, festivales, publicaciones y contenidos referentes a la cultura y turismo del departamento de Bolívar.

Cuando se comunica:

Diariamente.

A quienes:

A todos los funcionarios de ICULTUR y la Gobernación de Bolívar.

Reuniones formales e informales

Este tipo de reuniones se realizarán entre las distintas áreas de ICULTUR, ya sea presencialmente o de forma virtual para tratar todo lo concerniente a procesos, convocatorias, contenidos, festivales y demás intereses del Instituto. Estas actividades se podrán realizar de manera presencial en las instalaciones de la Gobernación de Bolívar o de forma virtual.

Quién comunica:

Todos los funcionarios que integran el Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar.

Qué se comunica:

Procesos, convocatorias, festivales, publicaciones y contenidos referentes a la cultura y turismo del departamento de Bolívar.

Cuando se comunica:

Semanal o de manera extraordinaria de llegar hacer necesario.



COMUNICACIÓN EXTERNA

COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación externa está definida como el conjunto de acciones informativas que el Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar, dirige a los actores y agentes externos a la misma, con la finalidad de fortalecer sus relaciones con los diferentes públicos de interés. De esta manera, se busca el aumento de la visibilidad en el entorno y la difusión de información persuasiva acerca de las actividades y distintos procesos del instituto de la mano de la Gobernación de Bolívar.



POLÍTICA DE COMUNICACIONES ICULTUR

Página web

A través de la web se da a conocer toda la política institucional de ICULTUR. La página es actualizada diariamente por el área de comunicaciones en todo lo concerniente a noticias referentes a la cultura y el turismo del departamento de Bolívar, con el objetivo de mantener líneas de comunicación directa con los visitantes y medios de comunicación. De igual manera es un espacio de información de las distintas convocatorias y actividades de interés para gestores culturales y operadores turísticos.

Quién comunica:

Área de comunicaciones de la Gobernación de Bolívar e ICULTUR.

Qué se comunica:

Avances, principales logros del Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar, ICULTUR y la Gobernación de Bolívar, convocatorias, actividades, postulaciones etc.

Cuando se comunica:

Diariamente.

Medio o canal:

Página web.

A quienes:

a todos los funcionarios de ICULTUR, la Gobernación de Bolívar y comunidad bolivarenses en general.



Comunicados de prensa

Son la principal fuente de información para mantener una coordinada relación con los medios de comunicación. A través de boletines informativos semanales o de manera extraordinaria cuando sea necesario se busca mantener una relación cercana con la prensa y de esta manera dar a conocer en forma veraz y oportuna las actividades que adelanta el Instituto de Cultura y Turismo ICULTUR enfocadas hacia el cumplimiento de los planes, metas y objetivos propuestos en beneficio de la cultura y el turismo del departamento de Bolívar.

Quién comunica:

Área de comunicaciones de la Gobernación de Bolívar e ICULTUR.

Qué se comunica:

Avances, principales logros del Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar, ICULTUR y la Gobernación de Bolívar, convocatorias, actividades, festivales, postulaciones etc.

Cuando se comunica:

Semanalmente o de manera extraordinaria si llega a ser necesario.

Medio o canal:

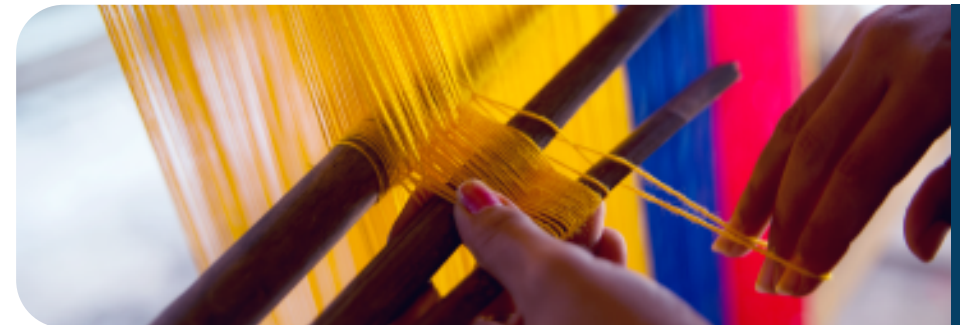
Comunicados de prensa.

A quienes:

a todos los funcionarios de ICULTUR, la Gobernación de Bolívar y comunidad bolivareña en general, medios de comunicación.

Medios de comunicación

La comunicación externa que se genera desde el Instituto de Cultura y Turismo de Bolívar se convierte en una herramienta fundamental para que los ciudadanos y la comunidad bolivareña en general, obtengan la información de manera veraz y precisa para poder participar plenamente en la formación de cada uno de los procesos y actividades que se generan. Por esta razón, para la Gobernación de Bolívar e ICULTUR es de vital importancia mantener una presencia constante y un intercambio de información frecuente con los medios de comunicación, ya sea prensa escrita, televisión, radio y portales web en procura de llegar a la opinión pública y dar a conocer la gestión y avances de la Gobernación y el Instituto, siendo una forma de acercarse a la ciudadanía y abrir espacios para su participación.



REDES SOCIALES

3 EJES FUNDAMENTALES



DE INFORMACIÓN

Las redes sociales como apoyo a la divulgación de la gestión del gobierno departamental a través de ICULTUR en materia de cultura y turismo. Visibilizar las actividades para promocionar el sector turístico de Bolívar, así como las acciones de los gestores culturales.



DE RESPONSABILIDAD

Tal como lo expresa el documento central del plan de comunicaciones de la Gobernación seguiremos enfocando nuestra atención en dar respuesta oportuna y clara a los usuarios de las redes sociales.



DE ANÁLISIS

Análisis, seguimiento y monitoreo de continuo de las redes sociales de ICULTUR.

Documento basado en el plan de comunicaciones de la Gobernación de Bolívar.



Eje de información

Generar impacto y conocimiento de las actividades que realiza ICULTUR para resaltar la labor de artistas, gestores y lugares turísticos de nuestro departamento.

Fortalecer mensajes en positivo hacia la gestión del Gobierno departamental a través de las actividades y funciones del instituto.

Canal recurrente para informar de convocatorias bien sean del Ministerio de Cultura o de Industria, Comercio y Turismo, o del mismo ICULTUR.



Eje de responsabilidad

Generar cercanía a los usuarios con respuesta oportuna para fortalecer imagen institucional de ICULTUR.

Aclarar dudas a la ciudadanía con todo lo relacionado a las actividades del Instituto y su dirección.



Eje de análisis

Dar likes compartir y responder a publicaciones de la Gobernación de Bolívar, personas o instituciones relacionadas con el mundo de la cultura y el turismo, bien sea ministerio, artistas, influencers, etc.

Usar etiquetas y menciones acordes a cada una de las publicaciones que se vayan a hacer, ejemplo @vicenteantoniole para Instagram y @gobbolivar así como el Hashtag #BolívarPrimero





@iculturbolivar



Icultur Bolívar



@icultur_bolivar



ICULTUR Bolívar

RESPONSABILIDAD DEL MANEJO DE LAS REDES SOCIALES

Este trabajo está a cargo del equipo de comunicaciones de ICULTUR Bolívar y el o la Community Manager del Instituto que se apoya en la dirección de las oficinas de cultura y turismo.



Pautas y recomendaciones del manejo de redes sociales para ICULTUR

- Darle total importancia a la información que se genere desde la Gobernación, así como la de Gestores culturales y aliados estratégicos.
- Quienes manejen las cuentas de ICULTUR no pueden emitir opiniones personales, ni se prestarán estos espacios para la publicación de imágenes que sean agresivas y que atenten contra el normal funcionamiento del instituto como promotor del arte, la cultura y el turismo bolivarense.
- Apoyar con Likes y Compartiendo publicaciones relacionadas con las actividades de gobierno.
- Al interactuar con los usuarios de redes sociales se debe usar un tono respetuoso con el interlocutor, en lo posible tratar de no tutear a la persona, ni usar términos coloquiales como, vale, llave, linda, querida, socio, entre otros. Siempre tratar de usted y hablar en primera persona del plural como: estamos, vamos, somos, etc.
- Se le dará un trámite rápido a las preguntas de la comunidad direccionando al funcionario encargado.
- Ante sugerencias, quejas o reclamos, siempre responder agradeciendo por el interés y con la documentación necesaria para dar respuesta, de manera calmada y siempre guardando respeto.

Respuestas a la ciudadanía

- Solicitudes de la comunidad, darle respuesta pronta.
- Ante sugerencias, comentarios de mejoras, agradecer por la recomendación y manifestar que se hará llegar al área encargada.
- Ante críticas, responder con calma y argumentando con documentación sólida que permita sostener un debate y una conversión de la crítica en una opinión positiva o neutra ante el Instituto.
- Ante material de denuncia, direccionar al área jurídica o encargada.
- Ante reclamos agresivos, pedir un diálogo a la luz del respeto, si el usuario es reiterativo se abandona la discusión.
- Ante quejas o reclamos de personas influyentes, se busca dar respuesta inmediata, de acuerdo a la gravedad del caso, el Community Manager puede contactar a la persona y direccionar al área encargada.
- Ante campañas de desinformación y desestabilización contra el Instituto se debe tomar soporte fotográfico como capturas de pantallas y proceder a informar a la oficina de comunicaciones de la Gobernación de Bolívar para ejecutar el plan de acción a seguir. Archivos de redes se encuentran por lo general en las mismas plataformas.

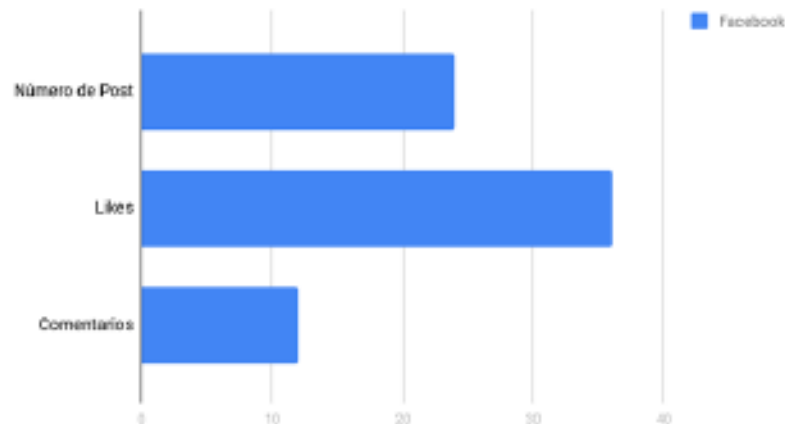


MECANISMOS DE MEDICIÓN Y MONITOREO DE REDES SOCIALES

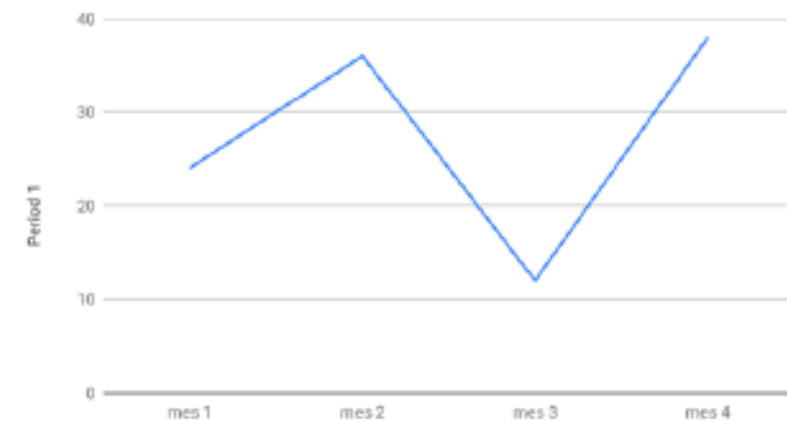


Interacción mensual 1.000

Mes de septiembre



Crecimiento mensual

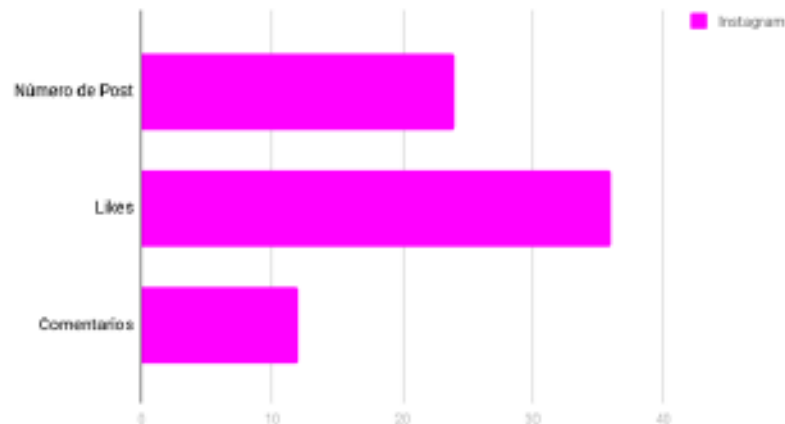


MECANISMOS DE MEDICIÓN Y MONITOREO DE REDES SOCIALES



Interacción mensual 1.000

Mes de septiembre



Crecimiento mensual

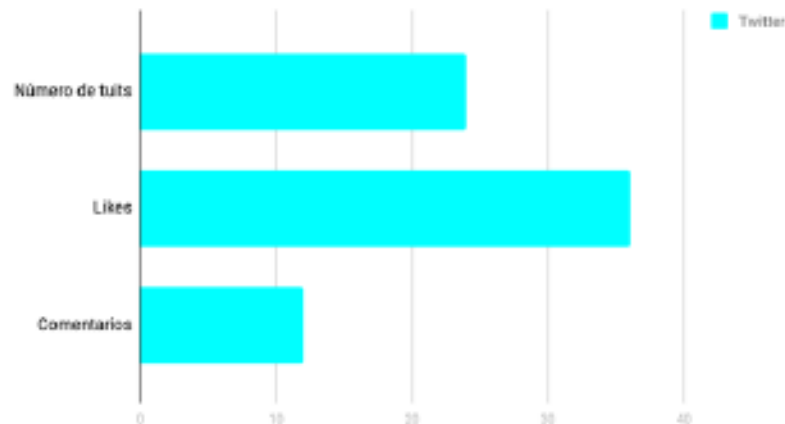


MECANISMOS DE MEDICIÓN Y MONITOREO DE REDES SOCIALES



Interacción mensual 1.000

Mes de septiembre



Crecimiento mensual

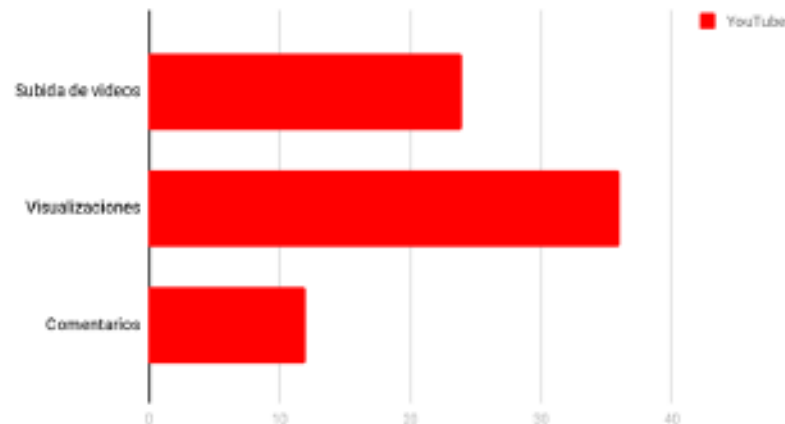


MECANISMOS DE MEDICIÓN Y MONITOREO DE REDES SOCIALES



Interacción mensual 1.000

Mes de septiembre



Crecimiento mensual



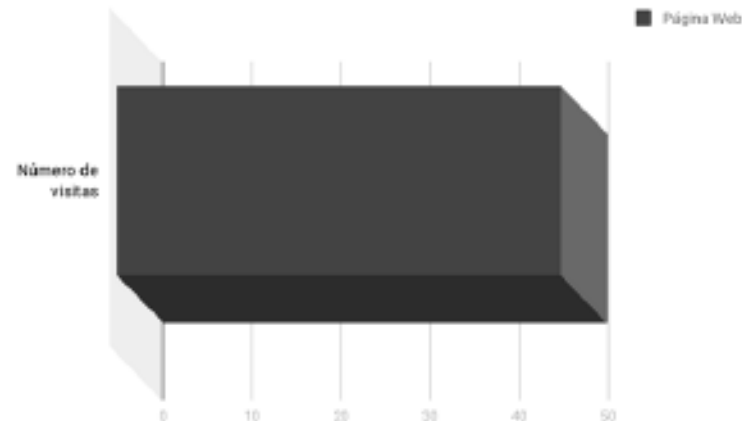
MECANISMOS DE MEDICIÓN Y MONITOREO DE REDES SOCIALES



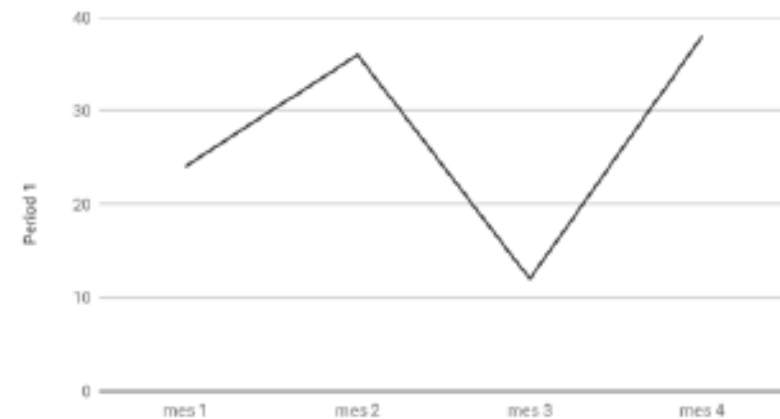
www.icultur.gov.co

Interacción mensual 1.000

Mes de septiembre



Crecimiento mensual



ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS

Concurso de cuento, poesía y pintura Manuel

Convocatoria INC

Zapata Olivella

BEPS

Certificación tecnológica en Guianza Turística

Festival de Bandas de Bolívar

Bolívar pa' todo el mundo/ ANATO

Convocatoria ONG

Conoce Bolívar desde casa

Convocatoria Proyectos Patrimonio Cultural

Convocatoria de decimeros

Postulación Premio Vida y Obra del Ministerio de Cultura Adolfo Pacheco.

De Mompox a tu Casa

EVENTOS

ESTRATÉGICOS

• Festimaría Festival Multicultural de Los Montes de María

Con este evento se hace honor al legado del maestro Lucho Bermúdez, quien inmortalizó los ritmos del Porro y el Fandango.

• Festijazz Mompox

Con su realización, año tras año, en le municipio de Mompox, se contribuye al desarrollo de la economía local. Favorece el comportamiento de sectores como el hotelero, comercial, artesanal.

• Festival de Bandas

Se realiza desde el 2013 con el objetivo de visibilizar a las bandas de todos los municipios de Bolívar. Cada año se homenajea a un autor bolivarense.

• ANATO

La Vitrina de Anato busca mostrar todo lo que podemos ofrecer desde nuestro departamento, para contribuir al desarrollo cultural, Social y turístico.

FESTIVALES

La Fiesta del Pensamiento

San Jacinto - Enero

Festival del Marisco

Pueblo Nuevo - Enero

Festival de la Caña

Cañaveral - Febrero

Festival de la Ciruela

Colorado - Marzo

Festival del dulce

En el marco de la Realización de la
Semana Santa en los municipios de Bolívar
Abril

Semana Santa Santica

Mompox- 15 días antes de Semana Santa

Semana Santa

Mompox - Semana Santa

Festival Multicultural de los Montes de María

los Montes de María - Junio

Feria Gastronómica "Cuchara E 'Palo"

Julio

Festival Nacional Autóctono de Gaitas

San Jacinto - Agosto

FESTIVALES

Festival Bolivarenses del Acordeón

Arjona - Agosto

Día Mundial del Turismo

Septiembre

Festival de Ñame

San Cayetano - Octubre

Festival de Tambores y Expresiones Culturales

Palenque - Octubre

Festival de la Canción Inédita

San Jacinto - 22 y 23 de diciembre de cada año

Encuentro de Compositores y Piquería

Arjona - Diciembre

Festival Voces y Versos de la Colina

Turbaco - Diciembre

Festival Nacional del Bullerengue

María La Baja - 8 de Diciembre

COMUNICACIÓN EFECTIVA Y MANEJO DE CRISIS

Esta Guía de Gestión de Crisis Comunicacional ofrece recomendaciones para atender las coyunturas especiales, con el apoyo de propuestas comunicacionales, a fin de controlar y minimizar su posible impacto en la dirección del Instituto de Cultura y turismo ICULTUR. Se basa en un modelo implementado en diferentes países y entidades que tiene como fin plantear un modelo de seguridad que administre estratégicamente el riesgo y se ofrezca una respuesta planeada ante cualquier crisis en comunicación que pueda afectar la misión o visión del Instituto.

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN SITUACIONES DE CRISIS

- El Manual de Gestión de Crisis se implementa para proteger los principios y las políticas de ICULTUR frente a situaciones adversas, inesperadas y sorpresivas. En el presente documento es una herramienta para unir esfuerzos entre los funcionarios con el fin de superar cualquier momento de crisis a través de una comunicación acertada que permita conservar una imagen corporativa honesta entre los públicos y medios de comunicación.
- Es vital un manejo estratégico de la comunicación a nivel interno y externo ya que el componente de comunicaciones le permitiría al Instituto de Cultura y Turismo interactuar minuciosamente para difundir, regular, monitorear y controlar el impacto que causen estos acontecimientos en la imagen de ICULTUR.

- Uno de los objetivos que desde Comunicaciones se ha propuesto es garantizar y proteger la imagen del Instituto de Cultura y Turismo con el fin de consolidar una grata percepción de sus servicios, y de las acciones que se emprendan.

CICLOS DE GESTIÓN

Antes de que se presente una situación de crisis existen fases previas que si son atendidas y controladas oportunamente por la entidad, se contrarrestaría el efecto negativo que consigo traen las crisis.

Detección de señales:

Sondear, escuchar y examinar de forma permanente y con los medios internos y externos con que cuenta para indagar la dinámica del ambiente laboral y ubicar posibles focos emergentes entre funcionarios, usuarios y medios masivos de comunicación.

Preparación y Prevención:

Implementar acciones en la que se informen, alerten y prevengan a los funcionarios, con el objetivo de que estén preparados ante la llegada de las crisis evitables e inevitables
Acciones de Comunicación: Con la llegada de la crisis, se requiere manejarla de manera cautelosa con herramientas comunicativas que permitan difundir, interpretar y tratar tanto el problema presentado como el Plan de Respuesta para aminorarlo

Control:

De surgir la crisis en dependencias específicas se tratará de evitar que afecte otras instancias de ICULTUR , tratando la

Aprendizaje:

Implementar exámenes a los funcionarios para medir las lecciones aprendidas de las experiencias vividas durante el proceso crítico de la empresa para establecer los niveles de respuestas que se tendrían para futuras crisis internas y externas.

POSIBLES ESCENARIOS DE CRISIS DE ICULTUR

Respuestas a los medios de comunicación:

Antes, durante o después de una crisis, los medios de comunicación querrán saber cómo responde en estas instancias y tanto la inmediatez como la pertinencia de las respuestas determinan la buena relación y el adecuado manejo del momento crítico frente a la radio, la prensa, la televisión y la opinión pública. Aquí se debe ser mesurado y estratégico a través de los portavoces designados.

Usos inadecuados de los medios internos y externo:

Medios virtuales e impresos, cartelera interna campañas institucionales, talleres, Festivales, Convocatorias, redes sociales, se cuentan como los principales mecanismos de intercambio comunicacional de carácter institucional entre los públicos internos y externos de ICULTUR. Son ellos los que lideran la difusión y recepción de la imagen corporativa, y en ellos radica la prevención o manejo eventual de una crisis informativa, de mensajes tergiversados, de propaganda nociva, de publicidad engañosa o arremetidas mediáticas por intereses determinados.

Administrativas y/o Financieras:

Se refieren a situaciones en las cuales se presentan defectos o errores en la gestión administrativa y esta pueda quedar en entredicho frente a cualquier público, así como la falta de transparencia en procesos administrativos o de entrega de recursos financieros a organismos e instituciones de forma oportuna.

ABORDAJE DE LA CRISIS Y PROCEDIMIENTO

- Conformar un equipo de trabajo multidisciplinario para gestionar todas las acciones encaminadas a atender situaciones de crisis. Este equipo llevará el nombre de Comité de Gestión de Crisis. El CGC deberá mantenerse localizable y en comunicación permanente con la Oficina de Comunicaciones de ICULTUR, elaborando para ello un Directorio Telefónico para Casos de Crisis.
- De este mismo Comité de Gestión de Crisis, saldrán los voceros autorizados, quienes serán personas debidamente preparadas para atender a los medios de comunicación con seguridad e idoneidad.
- Los voceros son aquellas personas que tienen la autoridad emanada por el cargo que ocupan y las responsabilidades que atienden dentro de la institución para dar declaraciones a los medios de comunicación.

- El vocero como su nombre lo indica es la voz de la institución, por lo cual es la figura fundamental de las comunicaciones institucionales (esto aplica tanto para las comunicaciones internas, como para las externas) Al ser vocero institucional, no se estará jamás emitiendo una opinión personal sino transmitiendo la posición de la institución mediante los mensajes clave.
- Detección de señales de alerta: es importante que la Unidad de Prensa y Comunicaciones realice un seguimiento permanente a lo que dicen, escriben y hacen públicamente las audiencias clave (Blogs de opinión, Redes sociales), medios de comunicación, grupos de presión de diversa índole, autoridades del Gobierno Nacional, Partidos Políticos, Expertos, Académicos y otros líderes de opinión, sobre cualquier materia que pueda impactar la imagen del Instituto de Cultura y Turismo ICULTUR y sus funcionarios.

APRENDISAJE

Entre las acciones que se recomiendan para esta evaluación están:

- Evaluar la efectividad de las respuestas ofrecidas por ICULTUR frente a la crisis comunicacional.
- Evaluar la calidad y efectividad del Plan de Crisis Comunicacional implementado.
- Evaluar la coordinación y efectividad del Comité de Gestión de Crisis y Los Voceros.
- Proponer mejoras a la presente Guía