

# 6

**CAPÍTULO  
GESTIÓN DE  
MEDIOS DE  
INFORMACIÓN Y  
PARTICIPACIÓN -  
EJE PLATAFORMA  
INTEGRAL DE MEDIOS**



## 6.1. GESTIÓN INTEGRAL Y ESTRATÉGICA DE LOS MEDIOS INSTITUCIONALES

La gestión integrada de los medios de información y participación busca la cobertura de públicos, temas y la definición de la identidad y personalidad clara de los medios, donde cada uno cumpla un rol particular que le agregue valor a las acciones estratégicas de la comunicación. Por ello, la Oficina de Comunicaciones Estratégicas, es quien establece la estructura de la plataforma integral de medios internos y externos de la Institución.

La plataforma integral de medios busca una gestión estratégica de los medios con los que cuenta la Institución, los mensajes clave que quiere transmitir y los públicos con los que debe comunicarse.

La gestión de la comunicación a través de la plataforma genera una sinergia entre todos los medios y es a través de ella donde se emiten mensajes de los otros tres componentes del sistema de comunicaciones: relaciones estratégicas, comunicación organizativa y vínculos con la comunidad.

La sinergia entre los medios garantiza la oportunidad, acceso y pertinencia en los formatos y en la presentación de contenidos, lo que repercute en que todos los miembros que conforman la Institución mantengan una comunicación fluida y un conocimiento adecuado de la Policía Nacional.

En la estructuración de la plataforma integral de medios, se debe tener en cuenta:

### Unidad en la identidad visual de la Institución

Para fortalecer la personalidad y la identidad institucional, en el ámbito interno y externo, se deben implementar las directrices de unidad de la identidad visual, de tal manera que se apliquen los elementos constitutivos de manera armónica, unificada, coherente y clara.

### Producción estratégica de los medios y espacios institucionales

Los medios deben tener una personalidad clara y unos objetivos concretos que vayan de acuerdo con la plataforma integral de medios y estén integrados a una estrategia de comunicación.

**La plataforma integral de medios busca una gestión estratégica de los medios con los que cuenta la Institución, los mensajes clave que quiere transmitir y los públicos con los que debe comunicarse, garantizando oportunidad, acceso y claridad.**

**Los mensajes que se emiten a través de los diferentes medios de la plataforma deben responder a criterios unificados y alinearse con las necesidades estratégicas de la Institución.**

---

Los temas tratados en cada uno de los medios deben estar direccionados al cumplimiento de los imperativos estratégicos y de acuerdo con las prioridades de conocimiento institucional.

Adicionalmente, la producción de medios debe optimizar recursos económicos, talento humano y la protección del medio ambiente. Es así que antes de producir un medio, este debe corresponder a una necesidad real de comunicación y estar ligado a una estrategia planteada bajo los parámetros descritos en este tomo.

#### **Consolidación de contenidos y medios digitales para la inmediatez**

Algunas de las características de los medios digitales, es la posibilidad de publicar la información, en tiempo real y el poder conformar comunidades virtuales que apoyen la gestión de la misionalidad de la Policía Nacional. Para ello, se debe consolidar una cultura digital, propiciando los mecanismos y procesos para crear y actualizar contenidos.

#### **Consolidación de la memoria audiovisual institucional**

Es el registro sistematizado, unificado, documentado y estructurado de todas las acciones llevadas a cabo por la Institución, para preservar su historia. Para ello, cada unidad policial debe aportar material para constituir una biblioteca audiovisual institucional que recopile el material radiofónico, fotográfico y audiovisual de la Policía Nacional.

#### **Parámetros de operacionalización de la plataforma integral de medios**

- El diseño, contenidos, producción y distribución de todos los medios que conforman la plataforma integral de medios de la Policía Nacional, debe ser supervisado por la Oficina de Comunicaciones Estratégicas.
- Los medios y mensajes deben responder a criterios unificados y definidos por la Oficina de Comunicaciones Estratégicas y alinearse con las necesidades estratégicas de la Institución.
- Las estrategias, herramientas y medios de comunicación deben mantener un direccionamiento acorde con su naturaleza e intención de comunicación.
- Los mensajes, estrategias y medios de comunicación son creados, diseñados e implementados según las particularidades y necesidades de comunicación de cada público.

**Uno de los principales objetivos de la plataforma integral de medios es mantener el equilibrio entre los medios de información y participación por su complementariedad y la integración de la Institución con la comunidad.**

- Los medios internos se deben focalizar en el desarrollo de contenidos para fortalecer la cultura y el conocimiento institucional.
- Todos los medios deben iniciar su proceso de producción con la orientación de un comité editorial.
- Todos los medios deben verificar el uso adecuado de los símbolos, colores y signos institucionales de acuerdo con los parámetros establecidos en el Reglamento de identidad, imagen y comunicación.
- Los medios deben ser emitidos y distribuidos cumpliendo con su cronograma de ejecución para crear y fortalecer una cultura de comunicación en la Institución y afianzar la credibilidad de los medios.
- Las diferentes unidades que conforman la Institución deben enviar los diversos contenidos que alimentarán la Plataforma Integral de Medios de acuerdo con los lineamientos de gestión de la Oficina de Comunicaciones Estratégicas.
- La Oficina de Comunicaciones Estratégicas de la Dirección General debe tener un archivo histórico de los medios producidos y los contenidos trabajados.
- No se producirán medios adicionales a los establecidos en la plataforma integral de medios. Cualquier necesidad de comunicación se debe evaluar con la Oficina de Comunicaciones Estratégicas de la Dirección General para que el tema que se quiera dar a conocer se incluya dentro de alguno de los medios preestablecidos, según su pertinencia.

## **6.2. TIPOLOGÍAS DE LA PLATAFORMA INTEGRAL DE MEDIOS INSTITUCIONALES**

La plataforma integral de medios responde a la integralidad de función (información y participación), formato (digital, audiovisual e impreso) y a su cobertura con diferentes públicos (para fortalecer la cultura institucional o los vínculos con la comunidad).

Uno de los principales objetivos es mantener un equilibrio entre los medios de información y participación ya que son complementarios y es a través del segundo que se gestiona la integración de los miembros de la Institución con la comunidad.

**La plataforma integral de medios responde a la integralidad de función (información y participación), formato (digital, audiovisual e impreso) y a su cobertura con diferentes públicos (para fortalecer la cultura institucional o los vínculos con la comunidad).**

---

### **6.2.1. Por función estratégica**

**Medios de información:** son aquellos que tienen una transacción unidireccional de datos emitida de una forma concreta, clara y concisa con el fin de producir conocimiento.

**Medios de participación:** son aquellos que tienen un proceso de interacción entre diferentes públicos, a través de estos medios se buscan comportamientos en los participantes, que repercutan en el desarrollo eficiente de los procesos, la producción efectiva de ideas y la presencia decidida en la consecución de los logros institucionales, al igual que por parte de la comunidad, integración, cooperación y cultura de prevención. Algunos formatos pueden ser: comités, reuniones, conferencias, seminarios, talleres, etc.

### **6.2.2. Por formato**

Por formato los medios pueden ser: impresos y publicaciones, medios digitales, audiovisuales, y medios radiofónicos.

**Medios impresos:** la Institución realiza periódicos, revistas, publicaciones, folletos, volantes, afiches, cartillas, boletines y en general, piezas cuya finalidad es transmitir información oportuna con una periodicidad que permita hacerle seguimiento en el tiempo. Por otro lado, se realizan publicaciones cuya finalidad es presentar resultados, generar una memoria institucional, difundir políticas institucionales, entre otros. Estas publicaciones, por lo general, se realizan anualmente y su distribución se hace de acuerdo con la pertinencia del tema y a la definición de la unidad que realiza la publicación.

En los medios impresos se debe tener en cuenta la precisión y extensión de los contenidos de acuerdo con los diferentes públicos y formatos, al igual que un efectivo proceso de distribución que garantice el acceso a ellos. Los impresos tienen la ventaja de la durabilidad en el tiempo y la posibilidad de duplicar su lectura ante varios lectores por publicación.

**Medios digitales:** el punto de acceso más importante a los medios digitales es el Internet, lo que hace que todavía no sea un medio totalmente masivo y que dependa del nivel de conectividad del público receptor. Es una herramienta rápida, económica, llena de recursos y fácil de poner en marcha, aunque al mismo tiempo, se mueve en un mundo en el que el público está expuesto a una variedad ilimitada de contenidos por lo que hay que ser verdaderamente estratégicos en su producción para lograr el efecto deseado.

**Desde la plataforma integral de medios se apoya la gestión de los medios que fortalecen el conocimiento, la identidad y cultura institucional y aquellos que consolidan los vínculos con la comunidad y fortalecen la imagen y reputación de la Institución.**

---

**Medios audiovisuales:** son aquellos medios que se basan en imágenes y sonidos para expresar la información, y permiten ver los hechos y a sus protagonistas sin necesidad de estar presente. Dentro del formato audiovisual se encuentran los noticieros, documentales, reportajes, entrevistas y programas que presentan diferentes temáticas de interés.

**Medios radiofónicos:** por estos medios es posible suministrar las primeras noticias de un acontecimiento por su carácter de inmediatez y prontitud. Esto permite emitir la información relevante que se quiere comunicar para conocer sus necesidades frente al servicio policial.

### **6.2.3. Por objetivo estratégico**

**Medios para fortalecer la comunicación organizativa:** son aquellos que se dirigen a los miembros que conforman la Institución. Con estos medios se busca aumentar el conocimiento institucional y reforzar la cultura policial. A través de estos medios se envían temáticas claves sobre campañas internas, proyectos transversales que desarrollan las diferentes unidades y aspectos destacables sobre el acontecer interno de la Policía Nacional.

**Medios para consolidar los vínculos con la comunidad:** son aquellos que se dirigen a la comunidad en general. Estos medios buscan fortalecer la imagen y reputación de la Policía Nacional y acercarla a la ciudadanía. A través de estos medios se muestran los logros de la Institución, operativos, mejoras, sus dirigentes y todas las acciones que se toman para el cumplimiento de la visión y de la MEGA de la Institución.

## **6.3. MEDIOS Y ESPACIOS PARA FORTALECER LA IDENTIDAD, CONOCIMIENTO Y CULTURA INSTITUCIONAL - COMUNICACIÓN ORGANIZATIVA**

La plataforma integral para gestionar la comunicación organizativa es:  
(ver gráfica en la siguiente página)





La página web de la Policía Nacional, si bien tiene un importante componente externo, contiene también información fundamental para el desarrollo de la labor policial y para el fortalecimiento del conocimiento institucional. Es por ello que las páginas web de todas las unidades policiales deben tener su punto de acceso desde la web de la Policía Nacional [www.policia.gov.co](http://www.policia.gov.co), contando con un link al home de la página institucional, guardando los lineamientos visuales y de contenido que se direccionan desde la Oficina Asesora de Comunicaciones Estratégicas.

Las páginas principales de cada una de las direcciones se listan a continuación; sin embargo, las que no aparezcan aquí y hagan parte de las direcciones, regiones, comandos, escuelas, Inspección General, colegios, emisoras, clubes y demás, asociadas a la Policía Nacional, deben también registrarse por los mismos parámetros:

**DIRECCIÓN DE  
SEGURIDAD CIUDADANA**

[http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/UNIDADES\\_POLICIALES/Direcciones\\_tipo\\_Operativas/Direccion\\_Seguridad\\_Ciudadana](http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/UNIDADES_POLICIALES/Direcciones_tipo_Operativas/Direccion_Seguridad_Ciudadana)

**DIRECCIÓN DE  
CARABINEROS Y  
SEGURIDAD RURAL**

[http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/Carabineros/Direccion\\_de\\_carabineros](http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/Carabineros/Direccion_de_carabineros)

**DIRECCIÓN DE  
INVESTIGACIÓN  
CRIMINAL**

[http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/UNIDADES\\_POLICIALES/Direcciones\\_tipo\\_Operativas/Direccion\\_de\\_Investigacion\\_Criminal](http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/UNIDADES_POLICIALES/Direcciones_tipo_Operativas/Direccion_de_Investigacion_Criminal)

**DIRECCIÓN DE  
INTELIGENCIA POLICIAL**

[http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/UNIDADES\\_POLICIALES/Direcciones\\_tipo\\_Operativas/Direccion\\_Central\\_Inteligencia](http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/UNIDADES_POLICIALES/Direcciones_tipo_Operativas/Direccion_Central_Inteligencia)

**DIRECCIÓN  
ANTINARCÓTICOS**

[http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/UNIDADES\\_POLICIALES/Direcciones\\_tipo\\_Operativas/Direccion\\_de\\_Antinarcoticos](http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/UNIDADES_POLICIALES/Direcciones_tipo_Operativas/Direccion_de_Antinarcoticos)

**DIRECCIÓN  
ANTISECUESTRO Y  
ANTIEXTORSIÓN**

[http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/UNIDADES\\_POLICIALES/Direcciones\\_tipo\\_Operativas/Direccion\\_Antisecuestro\\_antiextorsion](http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/UNIDADES_POLICIALES/Direcciones_tipo_Operativas/Direccion_Antisecuestro_antiextorsion)

<b>DIRECCIÓN PROTECCIÓN Y SERVICIOS ESPECIALES</b>	<a href="http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/UNIDADES_POLICIALES/Direcciones_tipo_Operativas/Direccion_Servicios_Especializados">http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/UNIDADES_POLICIALES/Direcciones_tipo_Operativas/Direccion_Servicios_Especializados</a>
<b>DIRECCIÓN DE TRÁNSITO Y TRANSPORTE</b>	<a href="http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/Direccion_Transito_transportes/Direccion_de_transito_y_transportes">http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/Direccion_Transito_transportes/Direccion_de_transito_y_transportes</a>
<b>DIRECCIÓN POLICÍA FISCAL Y ADUANERA</b>	<a href="http://oasportal.policia.gov.co/portal/page/portal/Policia_fiscal/Policia_fiscal">http://oasportal.policia.gov.co/portal/page/portal/Policia_fiscal/Policia_fiscal</a>
<b>DIRECCIÓN DE INCORPORACIÓN</b>	<a href="http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/UNIDADES_POLICIALES/Direcciones_Apoyo_servicio/Direccion_incorporacion">http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/UNIDADES_POLICIALES/Direcciones_Apoyo_servicio/Direccion_incorporacion</a>
<b>DIRECCIÓN DE TALENTO HUMANO</b>	<a href="http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/UNIDADES_POLICIALES/Direcciones_Apoyo_servicio/Direccion_Talento_humano">http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/UNIDADES_POLICIALES/Direcciones_Apoyo_servicio/Direccion_Talento_humano</a>
<b>DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA</b>	<a href="http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/UNIDADES_POLICIALES/Direcciones_Apoyo_servicio/Direccion_Administrativa_Financiera">http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/UNIDADES_POLICIALES/Direcciones_Apoyo_servicio/Direccion_Administrativa_Financiera</a>
<b>DIRECCIÓN DE SANIDAD</b>	<a href="http://disan.policia.gov.co/">http://disan.policia.gov.co/</a>
<b>DIRECCIÓN DE BIENESTAR SOCIAL</b>	<a href="http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/UNIDADES_POLICIALES/Direcciones_Apoyo_servicio/Direccion_Bienestar_Social">http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/UNIDADES_POLICIALES/Direcciones_Apoyo_servicio/Direccion_Bienestar_Social</a>
<b>DIRECCIÓN NACIONAL DE ESCUELAS</b>	<a href="http://www.policia.edu.co">www.policia.edu.co</a>

### 6.3.1. Medios de información para gestionar la comunicación organizativa

#### 6.3.1.1. Medios digitales

<p><b>POLIRED (INTRANET)</b></p>	<p>Es un medio de permanencia que permite contar con la información constantemente y un medio de inmediatez, por su acceso.</p> <p>Herramienta digital cuyo objetivo es presentar información de todas las direcciones y oficinas asesoras que conforman la Institución, integrar los medios internos y, si es pertinente, publicar información coyuntural.</p>	<p>Dirigido a la comunidad policial que tiene acceso al sistema interno.</p> <p>Primordialmente Comandantes de nivel estratégico y táctico, el mando institucional y personal de nivel administrativo.</p>
<p><b>BOLETÍN SGI</b></p>	<p>Publicación digital semanal que presenta información sobre el Sistema de Gestión Integral, sus componentes y avances en relación a su implementación y cambios en su ejecución.</p>	<p>Dirigido a las unidades implicadas en los procesos de certificación y a aquellos que tienen acceso web.</p>

#### 6.3.1.2. Medios audiovisuales

<p><b>REPORTE POLICIAL (NOTICIERO)</b></p>	<p>Edición semanal, cuyo objetivo es dar a conocer los principales avances y logros obtenidos por la Institución y presentar temas de bienestar, desarrollo de carrera y programas para las familias.</p>	<p>Dirigido a toda la Institución, el acceso se hace a través de la pantallas de las diferentes unidades y de la Intranet.</p>
<p><b>PANTALLAS</b></p>	<p>Medio visual de realización mensual que presenta gráficamente el contenido que se quiere transmitir, en relación con estrategias transversales de la Institución.</p>	<p>Dirigido a toda la Institución, el acceso se realiza a través de las pantallas de las diferentes unidades y de la Intranet.</p>

#### 6.3.1.3. Medios impresos

<p><b>BOLETÍN VOCACIÓN POLICIAL</b></p>	<p>Medio de edición semanal, cuyo objetivo es presentar información sobre proyectos transversales, el Sistema de Gestión Integral y el acontecer de la Institución.</p>	<p>Dirigido al total de la Institución a través de su entrega impresa y su posterior réplica a través de la Intranet.</p>
---	---	---

<b>CARTELERAS</b>	Medio de edición mensual cuyo objetivo es reforzar temáticas claves en relación al Sistema de Gestión Integral y los reconocimientos internos.	Dirigido al total de la Institución, a través de los espacios dispuestos especialmente para esto en las diferentes unidades.
<b>REVISTA POLICÍA NACIONAL</b>	Medio de edición trimestral, cuyo objetivo es dar a conocer los hechos más relevantes en el acontecer institucional y los proyectos y campañas transversales.	Está dirigido a aquellos miembros de la Institución que tienen suscripción al medio, y es entregada en el sitio de referencia.
<b>OTRAS REVISTAS AUTORIZADAS</b> (ECSAN, Ciencia y Tecnología y Criminalidad)	Ediciones, cuya finalidad es presentar información relacionada con temáticas específicas, logros y avances educativos que manejan estas direcciones y la DIJÍN	De acuerdo con los parámetros establecidos por cada dirección responsable.

#### 6.3.1.4. Publicaciones

<b>LIBROS HISTÓRICOS</b>	Buscan difundir acontecimientos históricos y de doctrina policial. Se realizan por solicitud directa de la Dirección General.	El mando institucional define quién es el público que recibe estas publicaciones.
<b>LIBROS FOTO-GRÁFICOS</b>	Reportajes gráficos sobre los grandes acontecimientos de la actividad policial. Se realiza por solicitud directa de la Dirección General.	El mando institucional define quién es el público que recibe estas publicaciones.
<b>LIBROS ESTADÍSTICOS</b>	Su objetivo es rendir informes numéricos en relación a las actividades de gestión, administrativas o de criminalidad.  Se realizan por solicitud de las oficinas asesoras, la Oficina de Planeación y las direcciones administrativas y operativas.	El mando institucional define quién es el público que recibe estas publicaciones.

**REGLAMEN-  
TOS,  
MANUALES**

Documentos que determinan la forma de ejecutar un conjunto de actividades o tareas definidas en un proceso. Estos documentos incluyen criterios para la toma de decisiones; consolidan lineamientos, políticas, normas o disposiciones internas que se convierten en instrumento guía de la acción individual y colectiva del personal de la Policía Nacional.

De acuerdo a lo estimado en la Guía de Gestión Documental.

**INFORME  
DE GESTIÓN**

Su objetivo es evaluar el avance y cumplimiento de la misión y los objetivos institucionales. Se realiza anualmente por solicitud de la Dirección General de la Policía Nacional y la Oficina de Planeación.

Se entrega de acuerdo a las necesidades del mando institucional.

**6.3.2. Espacios de participación para gestionar la comunicación organizativa**

Los espacios de participación permitirán que se escuche y se comprendan las motivaciones, los aportes y las vivencias de todos los miembros de la Institución, abarcando todos los espectros jerárquicos, de escalafón y de labor asignada.

Los espacios de participación internos serán liderados por los jefes de las diferentes unidades policiales, de acuerdo con parámetros de estructura, temáticos y de seguimiento; que entregará la Oficina de Comunicaciones Estratégicas siguiendo su rol consultivo en el fortalecimiento de la comunicación institucional.

Dentro de estos espacios de participación también se referencian los canales con que cuenta la Institución para generar comunicaciones en doble vía:

**RELACIONES  
GENERALES**

Espacio utilizado por los directores y comandantes de unidad, con el fin de transmitir órdenes e instrucciones, y al mismo tiempo actualizar al personal en temas de interés general e institucional; ésta se realiza una vez por semana.

Deben asistir todos los integrantes de la unidad.

**COMITÉS DE  
VIGILANCIA**

Reunión operativa policial en la cual se analizan las estadísticas y la problemática delincriminal y contravencional de la semana anterior, para ajustar los planes del servicio de vigilancia urbana y rural.

Participación del personal uniformado en todas las categorías.

## **RENDICIÓN DE CUENTAS INTERNAS**

Espacio de participación institucional, propiciado por cada unidad de la Policía Nacional, para fortalecer el sentido de responsabilidad, facilitar el ejercicio del control social interno a la gestión policial, mejorar los mecanismos y herramientas tendientes a lograr una gestión eficiente y transparente, como una instancia de diálogo constructivo de acercamiento y retroalimentación.

Cada unidad del nivel administrativo, operativo y educativo, debe realizar su rendición de cuentas, para evidenciar la transparencia de la gestión.

## **SUBCOMITÉ DEL SISTEMA DE CONTROL INTERNO**

Tiene como función procurar que todas las actividades, operaciones y actuaciones de la administración de la información y de los recursos, se realicen de acuerdo con las normas constitucionales legales vigentes, dentro de las políticas trazadas y en atención a las metas u objetivos, según lo establece la Ley 87 de 1993 (Decreto 1522 del 2000).

Existe un comité central presidido por el Director General de la Policía Nacional y las direcciones, oficinas asesoras, comandos de región, de departamento, metropolitanas, escuelas de formación, centros sociales, vacacionales y demás unidades desconcentradas, deben conformar Subcomités del Sistema de Control Interno y de Calidad.

## **COMITÉ DE GESTIÓN HUMANA**

Permite la alineación y la integralidad de los procesos de la Gestión del Talento Humano, asegurar la identificación de las competencias necesarias para obtener desempeños exitosos del personal, en los niveles del SER, SABER y SABER HACER, fundamentales para garantizar el desempeño de un Policía competente.

Los jefes de las diferentes unidades policiales deben organizar comités de gestión humana, y además de los miembros de su unidad, cuentan con la presencia del delegado de la Dirección de Talento Humano.

## **COMITÉ ÉTICO INSTITUCIONAL**

El objetivo es reflexionar, gestionar y evaluar los asuntos éticos institucionales, al igual que diseñar e implantar estrategias para la transformación de la cultura organizacional dentro de la perspectiva de la gestión ética.

Las diferentes direcciones, metropolitanas, departamentos de Policía y direcciones de escuelas deben gestionar sus propios comités éticos.

## 6.4. MEDIOS Y ESPACIOS PARA FORTALECER LOS VÍNCULOS CON LA COMUNIDAD



### 6.4.1. Medios de información para fortalecer los vínculos con la comunidad

Los medios de información con la comunidad, buscan dar a conocer a la Institución con transparencia a través de un mensaje estratégico unificado, para que el ciudadano pueda valorar, evaluar, escrutar las acciones y las decisiones de la Policía Nacional y generar un vínculo con la Institución.

#### PÁGINA WEB

Entrega un conocimiento general de la Institución a la comunidad e integra otros medios externos.

#### PLATAFORMA 2.0

Espacio de interacción con la comunidad para recibir comentarios sobre temáticas planteadas. Ejemplos: facebook y twitter.

#### CANAL YOU TUBE

Proporciona información a la comunidad sobre el actuar de la Institución y sus proyectos estratégicos, a través de formatos audiovisuales que permitan el uso de crónicas, comerciales, etc.

**Los medios de información con la comunidad buscan dar a conocer a la Institución con transparencia, y a través de un mensaje estratégico unificado, para que el ciudadano pueda valorar las acciones y las decisiones de la Policía Nacional.**

---

El uso de medios electrónicos (web, comunidades 2.0, twitter, etc.) surge como una necesidad de aumentar la oportunidad y accesibilidad de la comunidad a la información de la Institución y de generar espacios de participación, interacción y retroalimentación con la misma.

Todos los grupos creados en redes sociales deben guardar los parámetros establecidos en el reglamento de identidad, imagen y comunicación, y ser avalados y reportados a la Oficina de Comunicaciones Estratégicas.

Al fortalecer estos medios de comunicación con la comunidad, se consolida la imagen de la Institución en términos de transparencia y confiabilidad y se afianza el sentido de corresponsabilidad.

El desarrollo de algunas herramientas digitales como la página web, debe estar sujeto a lineamientos de Estado como Gobierno en Línea, quienes supervisan la evolución de estos espacios en las entidades públicas para hacerlas realmente útiles y efectivas para el ciudadano.

El proceso de Gobierno en Línea comprende cinco fases: Información, Interacción, Transacción, Transformación y Democracia en Línea. Cada una de estas fases tiene distintos objetivos y exigencias en términos de decisión política, necesidades de conocimiento, procedimientos, costos y nivel de uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

#### **INFORMACIÓN EN LÍNEA**

Obtener información en línea, de fácil acceso, junto con esquemas de búsqueda básica. Permite tener acceso por un solo portal a todas las direcciones y unidades policiales.

#### **INTERACCIÓN EN LÍNEA**

Requiere una actualización permanente y habilita la comunicación, en doble vía, entre la Institución con ciudadanos y empresas. Se deben ofrecer mecanismos que acerquen al ciudadano con la administración, le posibilitan contactarla y hacer uso de la información que proveen las entidades en sus sitios Web.



### **TRANSACCIÓN EN LÍNEA**

Permitir transacciones electrónicas para la obtención de productos y servicios, mediante canales seguros ofreciendo la posibilidad de navegar el sitio en cualquier otro idioma diferente al español.

### **TRANSFORMA- CIÓN EN LÍNEA**

Es la fase en la cual las entidades deben realizar cambios en la manera de operar para eliminar límites con otras entidades y organizar sus trámites y servicios alrededor de necesidades de ciudadanos y empresas, a través de cadenas de trámites, ofreciendo servicios por medio de múltiples canales e intercambiando eficientemente la información, logrando establecer una visión unificada del Estado.

**Algunos medios digitales como la página web, están sujetos a lineamientos de estado de Gobierno en Línea, quienes supervisan la evolución de estos espacios en las entidades públicas para garantizar su utilidad para el ciudadano.**

### **DEMOCRACIA EN LÍNEA**

El ciudadano participa activa y colectivamente en la toma de decisiones de un Estado totalmente integrado en línea, que ha interiorizado en sus prácticas el Gobierno en Línea. Siendo estas de uso cotidiano para el ciudadano y las entidades, incentivan a la ciudadanía a contribuir en la construcción y seguimiento de políticas, planes, programas y temas legislativos, así como a participar en la toma de decisiones y, en general, están dispuestas a involucrar a la sociedad en un diálogo abierto de doble vía.

En términos generales, los contenidos digitales deben ser claros, precisos y presentados en un lenguaje sencillo sin tecnicismos, que pueda ser entendido por cualquier audiencia; deben ser vigentes, veraces y evitar cualquier mensaje que pueda tomarse como ofensivo o discriminatorio.

Deben observar las normas consignadas en el reglamento de identidad de la Institución en cuanto al manejo de escudos, pantones, tipografías, etc. a la vez que acopla sus contenidos a las necesidades del usuario web, como

disposición de la información a través de links, párrafos cortos, de fácil lectura, apoyo gráfico a los contenidos y descarga de documentos de soporte.

#### 6.4.1.1. Medios audiovisuales

##### **SEGURIDAD AL DÍA**

Publicación audiovisual –diaria– de los operativos y logros alcanzados, información institucional en general.

Comunidad en general que sea audiencia del Canal Uno, horario prime de la noche

#### 6.4.1.2. Medios radiofónicos

Frente al interés de la Policía Nacional de fortalecer la red de emisoras en las principales ciudades del país, debidamente autorizadas por el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Comunicaciones mediante la Resolución No. 001316 del 4 de marzo de 1997, en frecuencia modulada de cubrimiento local y se proyecta el enlace de las 28 emisoras.

Las 28 emisoras son de interés público y de gestión directa, sin ánimo de lucro, en donde se desarrollan programas de carácter social, educativo y cívico; se brinda información sobre la actividad policial, servicios que se prestan a la comunidad, fortaleciendo la credibilidad y confiabilidad buscando el acercamiento con la ciudadanía; apoyando las entidades del Estado en campañas y promociones que dinamizan la participación de la comunidad.

##### **RED DE EMISORAS NACIONAL**

Utilizar la radio como medio de comunicación dinámico, ágil, responsable y oportuno que permita a la Policía Nacional contar con una herramienta, preventiva, educativa e informativa.

Comunidad en general, especialmente en las diferentes regiones del país.

#### 6.4.1.3. Medios impresos

##### **PERIÓDICO EXTERNO – PNC**

Publicación impresa trimestral – Información sobre el acontecer y los logros alcanzados.

Población seleccionada dentro de los suscriptores del periódico El Tiempo.

#### 6.4.2. Espacios de participación para fortalecer los vínculos con la comunidad

Los espacios de participación permiten recoger las necesidades y expectativas que surgen al interior de la comunidad para darle una respuesta oportuna. En todas las unidades policiales debe tenerse en cuenta sus características, definir un público objetivo específico y un mensaje estratégico clave para desarrollarlo y cumplir así con los objetivos institucionales.

A través de los espacios de participación, seguimiento y control de la Policía, se sistematizarán las buenas prácticas y se rendirán cuentas de nuestras acciones y mejoras ante la comunidad.

Entre los medios de participación con la comunidad se encuentran:

ESPACIO	OBJETIVO	EJEMPLOS
<b>Reuniones con la comunidad</b>	Interactuar con la comunidad para escuchar sus necesidades, expectativas, quejas y sugerencias.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuénteles al comandante</li> <li>- Reuniones periódicas con la comunidad por parte de las unidades operativas fijas.</li> </ul>
<b>Eventos deportivos</b>	Estrechar vínculos a través de la práctica deportiva y generación de confianza en la Institución.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Torneos deportivos como organizadores participantes.</li> </ul>
<b>Actividades culturales</b>	Generar espacios más informales para mostrar la presencia de la Institución como parte de la comunidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jean day en los colegios</li> <li>- Cine al parque</li> <li>- Conciertos</li> <li>- Presentaciones de los grupos musicales</li> </ul>
<b>Actividades lúdicas</b>	Buscar mayor acercamiento con la ciudadanía a través de espacios de entretenimiento que dejen mensajes educativos que generen conciencia sobre diversas problemáticas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Club infantil para veredas y comunas</li> <li>- Parque móvil</li> </ul>
<b>Acciones humanitarias</b>	Apoyar a las poblaciones vulnerables y en situaciones de emergencia.	
<b>Actividades educativas</b>	Lograr el acercamiento a la comunidad brindando conocimientos sobre temáticas específicas de temas como motivación, salud, vínculos policiales, recreación, entre otros.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitaciones</li> <li>- Charlas</li> </ul>

ESPACIO	OBJETIVO	EJEMPLOS
<b>Espacios radiales</b>	Aprovechar los espacios radiales con los que cuenta la Policía Nacional para enviar los mensajes estratégicos a la comunidad, con el objetivo de conocer sus necesidades y expectativas.	Espacios sobre temas de: - Salud - Seguridad - Convivencia - Turismo - Medio ambiente - Campañas de prevención
<b>Rendición de cuentas mediante audiencia pública</b>	Busca construir un espacio de interlocución directa entre los servidores policiales y la ciudadanía para fortalecer el sentido de lo público, recuperar la legitimidad para la Institución, facilitar el ejercicio del control social a la gestión policial, contribuir al desarrollo de los principios constitucionales de transparencia, responsabilidad, eficacia, eficiencia e imparcialidad y participación ciudadana en el manejo de los recursos públicos asignados a la misma.	Asisten las organizaciones, comités, asociaciones, consejos regionales, gremios, veedurías, universidades y medios de comunicación que se relacionen con la misionalidad de la unidad que desarrolla el espacio.

Para todos los espacios es importante tener en cuenta:

- Determinar el público al que se quiere llegar con cada estrategia.
- Establecer los mensajes clave que se van a comunicar.
- Convocar con anticipación y por diversos canales para que la información llegue a sus públicos objetivo.
- Realizar un acta o registro escrito de la actividad, así como registros visuales.
- Generar planes que permitan las soluciones de las problemáticas planteadas.
- Establecer las medidas de seguridad para reuniones comunitarias.

### CRITERIOS DE EVALUACIÓN CUALITATIVA

<b>Diseño</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unidad con la identidad visual de la imagen Policía Nacional</li> <li>• Lineamientos gráficos en todas las piezas (color, fondos, fuentes, etc.)</li> <li>• Selección de fotografías que reflejen la identidad y mensajes clave de la Institución</li> <li>• Manejo de formatos y tamaños acordes con el estilo del medio</li> </ul>
<b>Contenido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructura de textos (claridad, extensión y tono)</li> <li>• Estructura de contenido en secciones</li> <li>• Cobertura de temas estratégicos</li> <li>• Lenguaje y redacción</li> <li>• Actualidad en los contenidos</li> </ul>
<b>Efectividad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oportunidad en la entrega de la información</li> <li>• Accesibilidad al medio</li> <li>• Calidad en los mensajes enviados</li> <li>• Cobertura de todos los públicos</li> <li>• Pertinencia en el formato (digital, impreso y audiovisual)</li> <li>• Indicadores de efectividad</li> </ul>

**Todos los medios que conforman la plataforma integral se deben evaluar para identificar oportunidades de mejora en función de replantear contenidos, realizar ajustes en el diseño y formas de distribución.**

### 6.5. MEDICIÓN DE LA EFECTIVIDAD DE LOS MEDIOS Y LA OPTIMIZACIÓN DE LOS RECURSOS

Todos los medios que conforman la plataforma integral se deben evaluar para identificar oportunidades de mejora en función de replantear contenidos, realizar ajustes en el diseño y formas de distribución entre otras.

Por ello, los criterios de evaluación que se deben emplear para hacer este análisis son los siguientes:

Con la finalidad de optimizar recursos, la Oficina de Comunicaciones Estratégicas en coordinación con todas las unidades policiales, establecerá impresiones masivas para reducir costos de impresión y garantizar la unidad de la identidad institucional. Esto para los casos donde el contenido sea para una cobertura nacional.

Se debe evaluar la pertinencia de selección del medio, teniendo presente la política de conciencia ambiental de la Institución.

Estas evaluaciones de la plataforma integral de medios la lidera la Oficina de Comunicaciones Estratégicas, de manera periódica, estableciendo planes de mejora para cada medio.

## **RESUMEN**

La estructuración de una plataforma de medios que gestione integralmente los medios de información y participación busca la cobertura de públicos, temas y la definición de la identidad y personalidad clara de cada uno de los medios, donde cumplan un rol particular que le agregue valor a las acciones estratégicas de la comunicación.

Estos medios institucionales se dividen de acuerdo con su función estratégica, con su formato y con su objetivo estratégico. Dentro de estos medios se encuentran los que apoyan el fortalecimiento de la identidad, conocimiento y cultura institucional y aquellos que buscan fortalecer los vínculos con la comunidad.

La medición periódica de los medios permite la optimización de recursos y los ajustes que permitan cumplir con los objetivos estratégicos.